



Lopen kesätorien järjestäjän opas

Olga Siikaluoma

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomi -tutkinto

Opinnäytetyö

2022

Tiivistelmä

Tekijä(t) Olga Siikaluoma
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Lopen kesätorien järjestäjän opas
Sivu- ja liitesivumäärä 30 + 18
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli tuottaa Lopen kesätorit-tapahtuman järjestäjän opas. Opinnäytetyön toimeksiantaja ja Lopen kesätorien järjestäjätaho on Lopen kunnan kulttuuritoimi. Lopen kunta on Kanta-Hämeessä sijaitseva noin 7790 asukkaan kunta. Loppi tunnetaan vilkkaana mökkikuntana ja sen useista kulttuuritapahtumista, kuten kesätoreista.</p> <p>Opinnäytetyön aihe valittiin, sillä opinnäytetyön kirjoittaja on itse toiminut Lopen kesätorien järjestäjänä vuonna 2022. Kertynyt tietämys ja käytännön vinkit haluttiin toimeksiantajan toiveesta taltioida tiiviiksi tietopakettiksi, joka voisi toimia uusien kesätorien järjestäjien apuna projektin aikana. Toimeksiantajan toive toteutettiin Lopen kesätorien järjestäjän oppaan muodossa.</p> <p>Tämä opinnäytetyö koostuu teoria- ja toiminnallisesta osuudesta. Opinnäytetyön teoriaosuuden tietoperusta käsittelee tapahtuman järjestämisprosessin vaiheita. Tietoperusta on kerätty perehtymällä tapahtumajärjestämiseen liittyvään kirjallisuuteen, artikkeleihin ja verkkosivustoihin, tavoitteena löytää tapahtumajärjestämisen parhaat tavat ja vinkit. Teoriaosuus on rajattu käsittelemään Lopen kesätoreihin soveltuvaa tapahtuman järjestämisen teoriaa ja sen vaiheita.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin torin kävijöille elokuussa 2022 toteutettua kvantitatiivista, eli määrällistä kyselytutkimusta. Kyselytutkimuksella pyrittiin selvittämään torikävijöiden ikäjakaumaa, sekä heidän mielipiteitään ja kehitysehdotuksiaan toritapahtuman tulevaisuutta ajatellen. Kyselytutkimuksen tuloksista juonnettiin paljon kehitysehdotuksia tapahtuman tulevaisuutta ajatellen.</p> <p>Opinnäytetyön produktina on luotu helposti käytettävä ja sovellettava Lopen kesätorien järjestäjän opas. Opinnäytetyön tuloksena tuotettu produkti sisältää tiiviin perehdytyksen tapahtumajärjestämisen teoriaan, sekä aiemmilta kesätorikoordinaattoreilta kerättyjä käytännön vinkkejä tapahtuman suunnittelu- ja toteutusvaiheisiin. Oppaan tarkoitus on olla tiivis tietopaketti ja perehdytys Lopen kesätorien järjestämiseen. Tavoitteena on, että opas kasvaa ja kehittyy tulevaisuudessa tapahtuman rinnalla ja palvelee sitä myöden vielä useita Lopen torikoordinaattoreita.</p> <p>Opinnäytetyöprosessi alkoi syyskuussa 2022 ja valmistui marraskuussa 2022.</p>
Asiasanat Tapahtuma, Tapahtuman järjestäminen, Tapahtumajärjestämisen opas, Lopen kesätori, Lopen kunta

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yleisötapahtuman suunnittelu.....	3
2.1	Suunnitteluprosessi ja tavoitteet	4
2.2	Budjetti, kohderyhmä, paikka ja aika	6
2.3	Henkilökunta	8
2.4	Lupa- ja ilmoitusasiat.....	9
2.5	Turvallisuus, vakuutukset ja riskit	10
2.6	Markkinointiviestintä	10
2.7	Tapahtuman toteutus	13
3	Lopen kesätorien nykytila	15
3.1	Toritapahtuman nykytila	15
3.2	Kävijätutkimus 2022	15
4	Opas ja oppaan rakenne	20
4.1	Oppaan lähtötilanne	20
4.2	Oppaan tuottamisprosessi.....	21
4.3	Oppaan sisältö	22
4.4	Yhteenveto.....	25
5	Pohdinta	26
	Lähteet.....	28
	Liitteet.....	31
	Liite 1. Avointen kysymysten vastaukset.....	31
	Liite 2: Lopen iltatori: Järjestäjän opas.....	33

1 Johdanto

Tapahtuma on parhaimmillaan kuin suuri tarina. Loistavassa mukaansa tempaavassa tarinassa on aina juoni, yllätyksiä, taitavat näyttelijät ja onnellinen loppu. Tarinan juoni kannattelee lukijansa läpi yllätyksien onnellisesti loppuhuipennukseen. Sama rakenne pätee myös tapahtumiin, tarinan juoni on se idea minkä ympärille tapahtumaa lähdetään rakentamaan ja mikä kantaa tapahtuman kunniakkaasti loppuun saakka. (Vallo & Häyrynen 2014, 109.)

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön teoriapohja käsittelee tapahtuman järjestämistä. Teorian pohjalta rakennetaan opinnäytetyön produkti, Lopen kesätorien järjestäjän opas. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Lopen kunnan kulttuuritoimi. Lopen kunnan kulttuuritoimi vastaa kunnan elinvoimaisuuden, matkailun ja kulttuurin ylläpidosta, sekä useiden tapahtumien ja konserttien järjestämisestä. Loppi on keskikokoinen maalaiskunta keskellä Kanta-Hämettä. Tilastokeskuksen (s.a) mukaan vakituksia asukkaita Lopella oli vuonna 2021 7799 henkilöä, mutta ihmismäärä kunnan alueella kasvaa huomattavasti kesäkaudella ulkopaikkakunnilta saapuvien kesämökkeilijöiden ja kesäasukkaiden myötä. Opinnäytetyön toteutus sai alkunsa toimeksiantajan, Lopen kunnan kulttuuritoimen toiveesta ja tarpeesta. Opinnäytetyön kirjoittaja toimi kesän 2022 Lopen kesätorien järjestäjänä, joten koettiin että kertynyt kokemus ja tieto olisi tärkeää saada taltioitua tulevien kesien torien järjestäjille tapahtumajärjestämisen oppaan muodossa.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda Lopen kunnalle kesätorien järjestämisen opas, joka toimii torikoordinaattorin tukena ja ohjenuorana Lopen kesätoritapahtumien järjestämisessä. Opinnäytetyön aihe on rajattu kyseisen tapahtuman, Lopen kesätorien järjestämiseen ja kyseisen tapahtuman järjestämiseen hyödynnettävään teoriapohjaan. Tavoitteena on siis vain tuottaa järjestämisen opas, ei järjestää itse tapahtumaa. Laadullisiksi kriteereiksi valikoitui se, että produktina tuotettu opas on jopa ummikolle helposti luettavissa ja tulkittavissa. Oppaan tarkoituksena on sisältää tapahtuman järjestämisen perustiedot, ei toimia valmiina vastauksena kaikkeen tapahtuman järjestämisen saralla. Vastaavaa opasta Lopen kesätorien järjestämisen avuksi ei ole koottu aiemmin. Toimeksiantaja Lopen kunnan kulttuuritoimi aikoo hyödyntää produktina tuotettua opasta apuna tulevien kesien toritapahtumien järjestämisessä.

Tämä opinnäytetyö seuraa perinteisen tutkielman rakennetta. Oppaassa käydään kronologisessa järjestyksessä läpi kaikki eri tapahtuman järjestämisen vaiheet aina suunnittelusta toteutukseen asti. Viitekehyyksessä tarkastellaan tapahtumajärjestämisen tärkeimpiä osa-alueita ja sitä mitkä tekijät koostavat yhdessä onnistuneen ja hyvin toteutetun tapahtuman. Opinnäytetyön ensimmäisessä osuudessa käsitellään tapahtumajärjestämisen teoriaa yleisellä tasolla aina ideoinnista budjetointiin, markkinointiin ja toteutukseen. Kerätyn tapahtumajärjestämisen teorian pohjalta rakennetaan Lopen kesätorien järjestäjän opas. Viimeinen osio sisältää reflektointia

opinnäytetyöprosessista ja produktin käytettävyydestä. Tässä opinnäytetyössä hyödynnettävänä tutkimusmenetelmänä toimii kesällä 2022 torikävijöille toteutettu kvantitatiivinen, eli määrällinen kyselytutkimus. Kyselytutkimuksessa kartoitettiin torikävijöiden mielipiteitä ja kehitysideoita tapahtuman tulevaisuutta ajatellen.

Opinnäytetyön tekijän henkilökohtaiset tavoitteet ovat kehittää omaa ammatillista osaamista tapahtumajärjestämisen ja markkinoinnin parissa, ja samalla luoda hyödynnettävä tapahtumajärjestämisen opas toimeksiantajan toiveiden mukaan. Opinnäytetyöprosessi aloitettiin syyskuussa 2022 ja sen valmistumisen ajankohta on ajoitettu saman vuoden marraskuun loppuun mennessä.

2 Yleisötapahtuman suunnittelu

Tässä pääluvussa käsitellään tapahtuman järjestämisen teoriaa vaiheittain, aina suunnittelusta toteutukseen ja jälkimarkkinointiin. Tapahtuma -käsitteen sateenvarjomaisen rakenteen alle mahtuu hyvin monta erilaista teemaa, määritelmää ja alakategoriaa. Yksi tapahtuma voikin kuulua useampaan kuin yhteen samanaikaisesti.

Yleisötilaisuuden suunnittelu on monivaiheinen ja vaativa prosessi. Onnistunut tapahtuma on kuitenkin helppo tunnistaa – tapahtuman tunnelma on ainutlaatuinen ja toteutuksesta huokuu tarkka yksityiskohtien huomioiminen. (Vallo & Häyrinen 2014, 103.) Yleisötilaisuudet määritelläänkin koostumislaissa (kokoontumislaki 22.4.1999/530 2§.) yleisölle avoimiksi huvitilaisuuksiksi, kilpailuiksi, näytöksiksi ja muihin edellä mainittuihin rinnastettaviin tilaisuuksiin, joita ei pidetä yleisinä kutsuja vaativina kokouksina. Yleisötilaisuus on siis yhtä moninainen käsite, kuin niiden yleisökin voi olla.

Tapahtumia voidaan jaotella karkeasti niiden tyyppin mukaan. Tapahtuman tyyppin luokittelu auttaa tapahtumanjärjestäjää määrittelemään ja hahmottamaan suuntaa, johon tapahtumaa aletaan rakentamaan. Vallon ja Häyrisen mukaan (2014, 62) tapahtumien tyypit voidaan luokitella esimerkiksi asiakastapahtumiin, viihdetapahtumiin ja niiden yhdistelmiin. Catani (2017, luku 5) taas luokittelee tapahtuman tyyppejä yksityiskohtaisemmin yritystoiminnan markkinoinnin pohjalta, esimerkiksi avajaisiin, banketteihin ja fanitapaamisiin. Lopen kesätorien yleisötapahtumasarja voidaan kategorisoida esimerkiksi kunnan markkinoinnin ja viihdetapahtumien alaisuuteen.

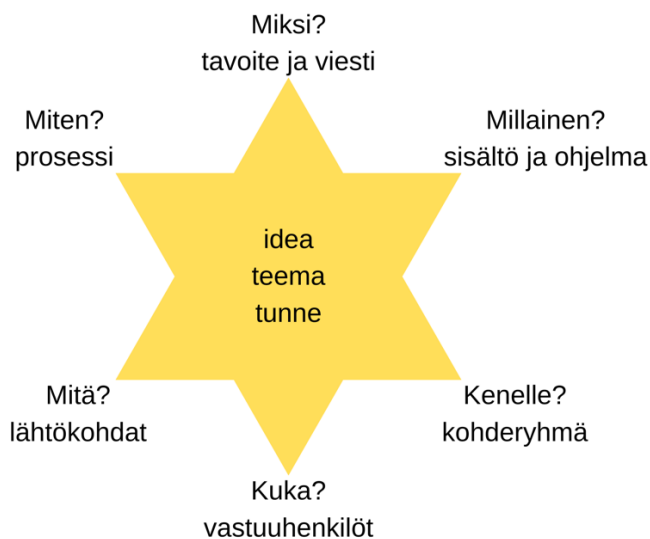
suunnitteluvaihe	tapahtuman toteutus	jälkimarkkinointi
75% / 6 vkoa	10% / 0,8 vkoa	15% / 1,2 vkoa
<ul style="list-style-type: none"> • projektin käynnistys • resursointi • ideointi • vaihtoehtojen tarkistus • päätökset ja varmistaminen • käytännön organisointi 	<ul style="list-style-type: none"> • rakennusvaihe • itse tapahtuma • purkuvaihe 	<ul style="list-style-type: none"> • kiitokset asianomaisille • materiaalin toimitus • palautteen kerääminen ja työstäminen • yhteydenottopyyntöjen hoitaminen • yhteenveto

Kuva 1: Tapahtumaprosessin kulku (mukaillen Vallo & Häyrinen 2014, 161.)

Vallon ja Häyrisen mallintama tapahtumaprosessin kulun rakenne (Kuva 1) auttaa tapahtumanjärjestäjää hahmottamaan tapahtumaprosessin vaiheita, jotka ovat suunnitteluvaihe, tapahtuman toteutus ja jälkimarkkinointi. Kuvassa arvioidut viikkomääräiset ajat ovat Vallon ja Häyrisen mukaan tapahtuman toteutukselle minimissään varattava aika, tätä lyhyemmässä ajassa järjestetyt tapahtumat eivät välttämättä saavuta täyttä potentiaaliaan. Yllä esitetty malli myös puoltaa väitettä, siitä että tapahtuman suunnitteluprosessi on aikaa vievin vaihe. (Vallo & Häyrinen 2014, 161.)

2.1 Suunnitteluprosessi ja tavoitteet

Tapahtuman suunnitteluprosessi tulee aloittaa mahdollisimman ajoissa, sillä tapahtuman järjestämisessä se vie eniten aikaa. On tärkeää kerätä varhaisessa kokoon kaikki ne henkilöt, jotka tulevat olemaan mukana tapahtuman toteutuksessa, näin saadaan jo heti suunnitteluprosessin alussa mukaan useita eri näkökulmia ja ideoita. Yhteistyöllä toteutettu suunnitteluvaihe sitouttaa myös paremmin järjestelyissä mukana olevaa henkilöstöä. (Vallo & Häyrinen 2014, 162.)



Kuva 2: onnistuneen tapahtuman malli © (mukaillen Vallo & Häyrinen 2014, 109.)

Vallon ja Häyrisen onnistuneen tapahtuman mallissa (Kuva 2) tapahtumaa kuvataan kahdesta kolmiosta muodostuvaksi tähdeksi. Kolme ensimmäisen kolmion sakaraa ovat strategisia tekijöitä ja toisen kolmion sakarat käsittelevät operatiivisia tekijöitä. Pällekkäin asetettuna kolmiot muodostavat yhdessä onnistuneen tapahtuman mallin ©. Strategisien- ja operatiivisten tekijöiden kolmioiden tulee olla tasapainossa, sillä jos kolmioista tulee epätasapainoisia, jokin tapahtuman osa-alueista on unohtunut tai jäänyt vajavaiseksi. Kumpikin kolmio sisältää kolme kysymystä, joihin tulee vastata ennen kuin tapahtumaa aletaan suunnittelemaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 103)

Vallon ja Häyrisen onnistuneen tapahtuman mallin® strategisen kolmion perustuspilareiksi on asetettu kysymykset ”miksi?”, ”kenelle?” ja ”mitä?”. Näistä kysymyksistä muodostuu koko tapahtuman idea. Tapahtuman idea on se, minkä ympärille kokonaisuutta aletaan rakentamaan. Miksi -kysymyksen pohjalta etsitään vastauksia siihen, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä halutaan viestiä yleisölle. Kenelle -kysymyksen avulla pyritään selvittämään, kenelle tapahtuma järjestetään ja ketkä muodostavat tapahtuman kohderyhmän. Mitä -kysymys puolestaan pyrkii herättelemään tapahtumanjärjestäjää pohtimaan tapahtuman lähtökohtia, siitä mitä ollaan järjestämässä, missä ja milloin. Organisaation johdolta tai vastaavalta taholta täytyy löytyä vastaus strategisen kolmion kysymyksiin. (Vallo & Häyrynen 2014, 103–105.)

Vallon ja Häyrisen onnistuneen tapahtuman mallin® operatiivisen kolmion pohjalta pyritään vastaamaan käytännön kysymyksiin ”miten?”, ”millainen?” ja ”kuka?”. Operatiivinen kolmio käsittelee yksinomaan tapahtuman toteuttamista ja asetetun tavoitteen saavuttamisen keinoja. Miten -kysymyksen pohjalta pyritään vastaamaan siihen, miten tapahtuma toteutetaan, niin että tapahtuman ydinviesti, idea ja teema välittyy kävijöille asti koko tapahtuman ajan. Millainen -kysymyksen kohdalla pohditaan sitä, minkälainen tapahtumasta halutaan tehdä sisällön ja ohjelman puolesta. Kaikki mahdollisuudet ovat avoinna, kunhan tapahtuman ohjelman sisältö vastaa aiemmin määriteltyä kohderyhmää ja tukee tapahtumalle asetettuja tavoitteita. Kuka -kysymyksen perusteella määritellään tapahtuman toteutuksen vastuuhenkilöt ja projektinvetäjä. (Vallo & Häyrynen 2014, 106–108.)



Kuva 3: Teema osana tapahtuman ketjua (mukaillen Vallo & Häyrynen 2014, 199.)

Ideointi- ja suunnitteluprosessissa on hyvin tärkeää määritellä tapahtuman teema. Nielsenin (3.3.2019.) mukaan erilaiset teemat tapahtumissa tekevät niistä mieleenpainuvampia ja onnistuessaan ne antavat järjestäjälle mahdollisuuden yllättää vieraat positiivisesti. Joissain tapahtumissa on vain yksi kantava teema, mutta esimerkiksi tapahtumasarjoissa, kuten kesätoreissa teemoja voi olla useita erilaisia. Teemat voivat käsitellä esimerkiksi vuodenaikoja, ruokaa tai harrastuksia. Vallo & Häyrynen (2014, 198–202) täydentää, että teema on kattoajatus, joka pitää tapahtuman koossa. Teeman tavoitteena on aiheuttaa pohdintaa ja puhutella viestin vastaanottajaa heti kutsusta alkaen. Tapahtumalle valitun teeman on kuljettava mukana koko tapahtumaketjun lävitse markkinoinnista somistukseen asti (kuva 3). Jos organisaatiolla on tavoitteena tuoda esille esimerkiksi

Tapahtumapaikkaa valitessa on huomioitava tekijöitä, jotka saattavat vaikuttaa yleisön tapahtumaan osallistumiseen. Kaikkia tapahtumia järjestäessä on tärkeää mitoittaa tapahtumapaikka ennalta arvioitun osallistujamäärän mukaisesti. Myös ulkona järjestettävissä toritapahtumissa on arvioitava kävijämäärä suhteutettuna alueen kokoon. Liian paljon ihmisiä pienessä tilassa heikentää useimmissa tapahtumissa kävijöiden asiakaskokemusta. Jotta tapahtuma olisi saavutettavissa useammille, tapahtuma-alueen esteettömyys on huomioitava ja tarvittaessa siihen tulee tehdä parannuksia. Ulkotapahtumia järjestäessä on myös valmistauduttava varasuunnitelmalla sateisen tai myrskyisen sään varalle. On muistettava, että huonolla säällä voidaan mahdollisesti tarvita teltoja sateensuojaksi ja katettu esiintymislava tai sisätiloja tapahtuman esiintyjille. Tapahtumapäivänä ja ajankohtana onkin tärkeää seurata sääennustetta mahdollisimman tarkasti, jotta yllättäviinkin säätilan muutoksiin voidaan varautua parhaalla mahdollisella tavalla. (Vallo & Häyrinen 2014, 142.)

Kävijöiden tapahtumaan saapumisen kannalta hyvin tärkeä tekijä on pysäköintimahdollisuudet. Varsinkin syrjäisemmillä seuduilla kävijöiden ainoa kulkuväline voi olla auto, jos julkista liikennettä ei ole käytettävissä. Pysäköintimahdollisuuksia tulisikin siis olla käytettävissä riittävästi suhteutettuna tapahtuman kokoon ja ne tulisi olla merkitty selkeästi. Pysäköintialueen tulisi olla myös kohdullisella etäisyydellä tapahtuma-alueesta. Pysäköintipaikkojen puuttuminen tai vähäisyys saattaa ajaa tapahtuman potentiaalisia kävijöitä pois silkan turhautumisen vuoksi. (Waldron-Curry 2021, 147–149.)

Tapahtuman ajankohtaa ja kestoja suunnitellessa on pohdittava tapahtuman luonnetta ja kohderyhmää, sekä sitä kuinka moni voi tai haluaa osallistua tapahtumaan kyseisenä ajankohtana. Kesätorimaanantai aamupäivästä ei välttämättä vetäisi yleisöä yhtä hyvin puoleensa kuin tapahtuma viikon loppupuolella. Useimmat työikäiset ja nuoret ovat arkisin töissä tai koulussa, joten viikon keskellä olevat tapahtumat voivat olla kyseisille kohderyhmille mahdottomia osallistua. Kun ollaan järjestämässä isoa tapahtumaa, kannattaa myös pyrkiä varmistamaan, ettei samaan aikaan järjestetä kilpailuvia tapahtumia, jotka voisivat viedä kohdeyleisöä tai varattuja myyjiä toisaalle. Uuden, pienen tai tuntemattomamman tapahtuman on hyvin haasteellista kilpailla suuremman ja tunnetumman tapahtuman kanssa myyjistä ja kävijöistä. Tapahtuman ajankohtaa valittaessa on myös muistettava huomioida oman organisaation resurssit ja mahdollisuudet saada työntekijöitä paikalle. (Vallo & Häyrinen 2014, 142.)

Jokaiselle tapahtumalle on laadittava budjettisuunnitelma. Tapahtuman taloudellisen osuuden arviointi ja määrittely onkin usein yksi haastavimmista osa-alueista. Suunnitelmassa tulee käydä läpi mahdollisimman yksityiskohtaisesti tapahtuman kaikki arvioidut tulot ja menot. Tuloja voivat olla esimerkiksi erilaiset tapahtuman sponsoroinnit tai avustukset. Menoihin taas lukeutuu kaikki varat, mitä tapahtuman toteutukseen käytetään, kuten esimerkiksi markkinointi, tekniikka ja esiintyjien

palkkiot. Budjettia laatiessa onkin siis hyödyllistä käyttää apuna mahdollisesti jo aiemmin järjestettyjen tapahtumien budjettien todellisia kuluja ja mahdollisia tuottoja. Näin saadaan käsitys siitä, mitä budjetti todellisuudessa voisi olla kaikkien muuttujien myötä. Budjetin suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon myös mahdolliset yllättävät kuluerät ja taloudelliset riskit, kuten ruokatarjoilujen muutokset tai henkilöstökulut. Tapahtumalle suunniteltua budjettia on tärkeää muistaa seurata vaihe vaiheelta, jotta asetettua kokonaisbudjettia ei ylitettäisi. (Vallo & Häyrinen 2014, 151–152.)

2.3 Henkilökunta

Tapahtumatiimi on tapahtuman järjestämisen kannalta avainasemassa – ilman tiimiä tapahtumaa ei voitaisi järjestää. Vastuullisen tapahtumajärjestäjän tulisi siis huomioida tiimin tarpeenmukaisesta koulutuksesta, viihtyvyydestä ja työturvallisuudesta. Tapahtuman projektiryhmään voi kuulua henkilöstöä oman yrityksen sisältä, yhteistyökumppaneiden taholta tai ulkopuolisesta tapahtumatoimistosta. (Vallo & Häyrinen 2014, 232–233.)

Tapahtumanjärjestäjiä on erilaisia persoonia, mutta tehtävässään menestyviä yhdistää intohimo tapahtumien järjestämistä kohtaan. Kuka tahansa tapahtuman projektipäällikkö onkin, hän on keskeisessä roolissa tapahtuman järjestämisessä ja henkilökunnan organisoimisessa. (Catani 2017, luku 1.) Projektipäällikön tehtävänä on johtaa koko projektia, projektiryhmää sekä olla vastuussa tapahtuman päätöksenteosta. Nissisen (2017) mukaan on siis tärkeää, että projektipäällikkö on määrätietoinen ja tunnistaa hänelle asetetut vastuut. Henkilöstön johtaminen vaatii taitoa ja ihmisymmärrystä. Nissinen listaa tiimin johtajan roolissa avainasemassa oleviksi taidoiksi muun muassa järjestelmällisen otteen ja kyvyn delegoida tehtäviä, kuuntelu- ja palautteenantotaidot, innostavuuden ja luottamuksen työntekijöitään kohtaan. Tiiminjohtajan ensiarvoisen tärkeänä tehtävänä onkin siis pitää kaikki langat käsissään ja kommunikoida kaikkien tahojen kanssa varmistaen toistuvasti, että kaikki sovitut asiat toteutuvat suunnitellusti (Vallo & Häyrinen 2014, 228–229.).

Myös henkilökunnan koulutuksella voidaan vaikuttaa tapahtuman paljolti tapahtuman toteutukseen. Koulutus eli tapahtuma-briiffi järjestetään ennen tapahtumaa ja siinä tulee käydä läpi kaikki tapahtuman vaiheet ja ne seikat ja tavoitteet, jotka ovat oleellista tietää tapahtuman aikana. Briiffissä käsiteltäviä aiheita voivat olla esimerkiksi käytöstavat, tapahtuman aikataulu, vastuualueet ja turvallisuusasiat. Hyvin rakennetun ja informatiivisen koulutuksen pohjalta jokaisen tiimin jäsenen on helppoa lähteä toteuttamaan itse tapahtumaa. Perusteellisesti koulutetun henkilökunnan kanssa on myös helppo toimia ja se näkyy myös kävijöille tapahtuman sujuvuutena. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 17; Catani 2017, luku 2.)

2.4 Lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtuman järjestämistä koskee useat lainsäädännölliset seikat, sekä kunnalliset määräykset. Tapahtumassa tarvittavien lupien hakemus- ja käsittelyprosesseille on tärkeää varata riittävästi aikaa, jotta tapahtumaa tai osaa siitä ei jouduta perumaan niiden puutteen takia.

Yleisötilaisuudesta poliisille ilmoittaminen on yleisötapahtumien järjestämisen lupamenettelyjen perusta. Kokoontumislaissa 530/1999 määritellään, että kirjallinen ilmoitus tapahtumasta on tehtävä vähintään 5 vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. Hakemus sisältää järjestäjän yhteystiedot ja perustiedot tapahtumasta. Perustietojen lisäksi hakemuslomakkeella vaaditaan tiedot erikoisjärjestelyjen tarpeesta, esimerkiksi liikennejärjestelyitä koskien ja virallinen lista poliisin hyväksymistä järjestyksenvälvoijistä ja heidän lupanumeroistaan. (Poliisi s.a.)

Aluehallintovirasto ja Valvira valvoo alkoholin myyntiä ja markkinointia koko maassa. Jos tapahtumassa on alkoholijuomien anniskelua, sille tulee hakea lupa siltä aluehallintovirastolta, jonka alueella tapahtuma järjestetään. Jos tapahtuma-alue on haettu jo aiemmin hyväksytyksi anniskelualueeksi, tapahtumassa voidaan järjestää anniskelua organisaation omalla ilmoituksella. Hyväksytyllä alueella anniskelua järjestävällä taholla, esimerkiksi ravintoloitsijalla tulee olla voimassa oleva anniskelulupa. Jos alue lupaa ei vielä ole, anniskeluluvan voi saada selkeästi valvottavalle alueelle, esimerkiksi tapahtumissa anniskelualue tulee olla selkeästi merkitty ja rajattu. Anniskelualueelle ei tule päästää alaikäisiä henkilöitä. Ilmoitus anniskelusta tulee tehdä aluehallintovirastolle viimeistään kolme vuorokautta ennen tapahtumaa. (Aluehallintovirasto s.a.)

Tilapäistä elintarvikkeiden myyntiä koskevat tarkat lainsäädännöt. Tilapäisellä elintarvikkeiden myynnillä tarkoitetaan enintään kaksi vuorokautta kestävää ja harvemmin kuin 30 päivän välein samassa paikassa toistuvaa myyntiä. Elintarvikealan toimijan tulee ilmoittaa liikkuvasta elintarvikehuoneistostaan esimerkiksi myyntivaunusta ja sieltä tehtävästä myynnistä myyntialueen elintarvikeviranomaisille neljä arkipäivää ennen ilmoitetun toiminnan aloitusta. Torilla tai muussa yleisötapahtumassa saa myydä tai valmistaa elintarvikkeita, jos toiminta täyttää yleiset elintarvikehygieeniset vaatimukset. Elintarvikkeiden myynti ei siis välttämättä aiheuta suoranaisia toimia tapahtumajärjestäjän toimesta esimerkiksi toritapahtumaa järjestessä. (Lampinen 2011, 21–22.)

Musiikin toistossa ja elävässä musiikissa pätee tekijänoikeuslait, joita valvoo Teosto ja Gramex. Teosto edustaa musiikin tekijöitä, eli säveltäjiä, sanoittajia, sovittajia ja musiikin kustantajia. (Teosto s.a. a.) Teostolta tulee hakea musiikin esityslupa aina ennen tapahtumaa. Järjestettäessä ulkoilmakonsertteja tai toritapahtumia, esiintyjän kanssa on sovittava kumpi osapuolista ilmoittaa esityksen ohjelmätiedot Teostoon, joiden perusteella maksetaan korvaukset musiikin tekijöille. (Lampinen 2011, 24) Gramex puolestaan vastaa äänitemusiikin tekijänoikeuskorvauksista. Musiikin

julkisesta esittämisestä maksetaan aina korvaus, joka edellyttää sopimusta Gramexin kanssa. Gramexin ja Teoston lupien hinnat ovat tapahtumakohtaisia, ja kummatkin musiikin tekijäoikeusluvut voi hankkia Teoston verkkopalvelusta. (Teosto s.a. b.)

Äänentoistolaitteiden käytöstä ulkotiloissa on tehtävä kirjallinen meluilmoitus ympäristönsuojeluviranomaiselle tilapäistä melua tai tärinää aiheuttavasta toimenpiteestä tai tapahtumasta. Ilmoitus on tehtävä viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtuma-ajankohtaa. Ilmoitusta ei ole kuitenkaan tehtävä tilapäisestä meluhaitasta, jos tapahtumapaikan sijaintikunta on antanut ympäristösuojelun määräykset, ja niissä määrännyt, ettei ilmoitusvelvollisuutta ole. (Lampinen 2011, 23–24.)

2.5 Turvallisuus, vakuutukset ja riskit

Suurille, vähintään 200 henkilön yleisötilaisuuksille ja tapahtumille on pelastuslain ja -asetuksen mukaan laadittava ensiapu, turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat. Suunnitelmien tulee sisältää tapahtuman kuvaus, sekä selvitettävä ja arvioitava yleisötilaisuuden vaaratilanteet ja riskit, sekä toimintamenettelyt niiden varalle. Pelastussuunnitelma on toimitettava viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuma-ajankohtaa alueen pelastusviranomaisille. (Pelastustoimi s.a.; Pohjanmaan pelastuslaitos s.a.)

Poliisi edellyttää järjestyksenvalvontaa yleisötapahtumissa. Järjestysvalvojen lukumäärä määräytyy yksilöllisesti tapahtuman luonteen ja koon perusteella. Järjestyksenvalvontasuunnitelma kuuluu osaksi turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaa. Järjestyksenvalvontasuunnitelmassa listataan kaikkien järjestyksenvalvojen nimet, henkilötunnukset ja järjestyksenvalvojakorttien numerot. Järjestyksenvalvojen tiedot liitetään myös osaksi poliisille toimitettavaa yleisötilaisuus ilmoitusta. (Liveto s.a.)

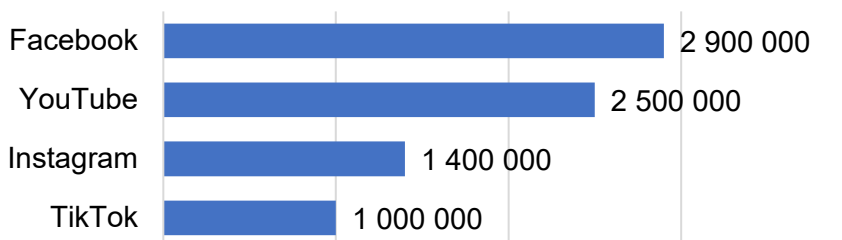
Tapahtumajärjestäjän on tärkeää suojata sekä itsensä ja tapahtumaan osallistujat tapahtumavakuutuksella. Vakuutus korvaa vahingot ja tapaturmat yleisötapahtuman aikana. Vastuuvakuutus turvaa tapahtumajärjestäjän tilanteessa, jossa joku yleisön jäsenistä loukkaantuu tapahtuman seurauksena. Jos tapahtumassa työskentelee henkilöitä, joille maksetaan palkkaa, laki velvoittaa työnantajan ottamaan vastuuvakuutuksen turvatakseen myös työntekijöiden oikeudet. Jos tapahtumien järjestäjätaho järjestää tapahtumia säännöllisesti, on järjestäjän mahdollista hankkia hieman edullisempi monitapahtumavakuutus. (Nielsen, 28.4.2019.)

2.6 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintäkanavia ja -keinoja on nykyisin enemmän kuin koskaan ennen. Yleisimmät viestintäkanavat itse tapahtumajärjestämisen parissa ovat sosiaaliset mediat, verkkosivut, sanomalehdet, julisteet ja tienvarsimainokset. Tapahtumat itsessään ovat myös usein osa organisaation

markkinointiviestintää. Esimerkiksi kunnat voivat hyödyntää tapahtumia niiden tunnettuuden ja mielikuvien kohottamiseksi (Vallo & Häyrinen 2014, 30–31). Catani puolestaan (2017, luku 1) kertoo, että tapahtumista viestintää voidaan toteuttaa erilaisilla tyyleillä, monissa eri kanavissa ja monenlaisilla budjeteilla. Tärkeintä on se, että viestinnässä osataan hahmottaa ja tavoittaa oikea kohderyhmä ja se, että viestintää toteutetaan johdonmukaisesti. Hyvin toteutettu viestintä houkuttelee kävijän liikkeelle, kertoo tärkeimmistä faktoista ja saa heidät pitämään tapahtumasta ja sitoutumaan siihen henkilökohtaisella tasolla.

Suosituimpien sosiaalisten medioiden kuukausittaiset käyttäjämäärät 01/2022



Kuva 5: Suosituimpien sosiaalisten medioiden kuukausittaiset käyttäjämäärät 01/2022. (mukaan Dixon 2022.)

Sosiaalisia medioita on nykyisin tarjolla laidasta laitaan, mutta tapahtumamarkkinoinnin kannalta on tärkeää pohtia kriittisesti sitä, että mistä kanavasta voidaan tavoittaa suurempia yleisöjä ja varsinkin tapahtumalle asetetun kohderyhmän jäseniä. Sosiaalinen media on nopea ja edullinen markkinointikanava. (Vallo & Häyrinen 2014, 87–88 ; Valkonen, 2021.) Suosituimpia ja yleisimmin käytettyjä sosiaalisen median kanavia ovat maailmanlaajuisesti (Kuva 5.) Facebook, YouTube, Instagram ja TikTok. Facebook on näistä edelleen selkeästi suosituin sosiaalisen median kanava huimalla lähes 3 miljoonalla kuukausittaisella käyttäjällä maailmanlaajuisesti. (Dixon, 2022.) Facebookin ja Instagramin sisältö painottuu kuva- ja tekstisisältöön, kun taas YouTube ja TikTok ovat luotu täysin vain videosisällön julkaisua varten. (Luo s.a.)

Kohdennetulla markkinoinnilla pyritään tavoittamaan rajattu, mutta kaikista potentiaalisin kohdeyleisö. Kohdennettua digitaalimainontaa suositaan, sillä se on hyvin kustannustehokasta ja erilaisille yleisöille voidaan räätälöidä yleisön profiiliin parhaiten sopiva viesti. Mainonnan kohdentamisessa hyödynnetään sosiaalisen median käyttäjistä kerättyjä tietoja, joita he ovat jakaneet alustalle. Tällaisia tietoja voivat olla esimerkiksi maantieteellinen sijainti, kiinnostuksenkohteet tai koulu. Digimainonnan kustannustehokkuus pohjautuu siihen, että mainonnassa voidaan esimerkiksi maksaa vain näyttökerroista tai niistä klikkauksista, jotka johtavat konversioihin. Digitaalisen mainonnan hyötynä on myös se, että mainontaan kehitettyjen alustojen muodostamalla datalla

voidaan tehokkaasti mitata mainonnan toimintaa ja tehokkuutta. (Kubla.) Sosiaalisissa medioissa on kannattavaa hyödyntää myös jo olemassa olevia yleisöjä. Tällaisia voivat olla aihealueen tai maantieteelliseen sijaintiin pohjautuvat Facebook-ryhmät, organisaation omat käyttäjätilit tai jopa toistuvalla tapahtumalla perustettu oma fanisivusto. (Catani 2017, luku 1.)

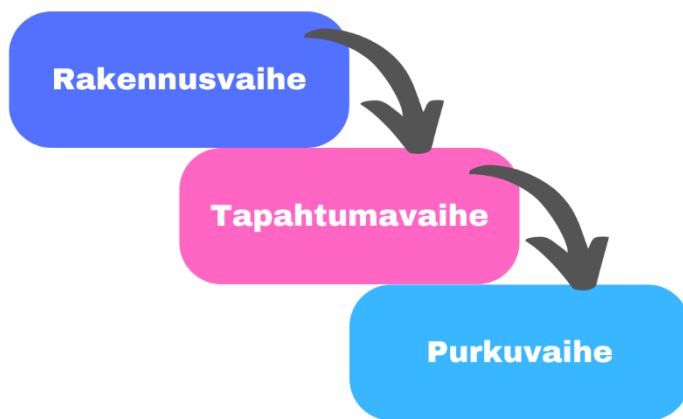
Organisaation omat verkkosivut ovat toimiva keino tavoittaa jo valmiiksi organisaation toimintaa seuraavaa yleisöä. Kuntatason viestinnässä verkkosivut ovat hyvin yleinen tapa hakea tietoa kunnan toiminnasta ja sen kulttuuritoimen järjestämistä tapahtumista. Verkkosivuilla yleisöä voidaan tavoitella erilaisilla tapahtumaa koskevilla blogipäivityksillä, joita voidaan jakaa toistuvasti, niin että ne herättävät potentiaalisen kävijän kiinnostuksen. Jos verkkosivuilla on käytössä ajan tasalla oleva tapahtumakalenteri, jota verkkosivujen kävijät seuraavat aktiivisesti, on tärkeää muistaa tuoda tieto tapahtumasta näkyville myös siinä. (Heinonen 5.9.2022.)

Perinteisempiä markkinointikanavia ovat sanomalehdet, tienvarsimainonta ja ilmoitustauluilla toteutettava julistemainonta. Juliste- ja tienvarsimainonnassa voidaan tavoittaa tietyllä maantieteellisellä alueella sijaitsevaa ja liikkuvaa yleisöä, esimerkiksi oman paikkakunnan ja naapurikuntien alueella. On myös mahdollista, että mainokset tavoittavat satunnaisia alueella poikkeavia henkilöitä, joka lisää tietoisuutta tapahtumasta myös paikkakunnan ulkopuolella. Hyvin sijoiteltua tienvarsimainosta on vaikea ohittaa. (Clear Channel 2021.) Kuten muutkin markkinointiväylät, sanomalehtimainonta on useimmiten maksullista. Mainonnan näkyvyyttä ja levikkiä voidaan säädellä mainostilan koolla ja lehden levikin pohjalta. Mitä suurempi mainospalsta ja lehden levikki on, sitä kalliimpia lehtimainokset ovat. Lehtimainonta sopii hyvin työikäisten ja iäkkäämmän väestön tavoittamiseen. Esimerkiksi lasten- tai nuortentapahtumia järjestäessä täytyy harkita, onko lehtimainonta tehokkain keino tavoittaa kohdeyleisöä. (Heinonen 5.9.2022; Markkinointi Routa.)

Vallon ja Häyrisen (2014, 185) mukaan vaikka itse tapahtuma olisikin jo ohi, tapahtumatuottajan ei tule unohtaa jälkimarkkinointia ja sen merkitystä asiakassuhteiden muodostamisessa ja ylläpitämisessä. Jälkimarkkinointiin voidaan lukea mukaan esimerkiksi kiitosviestit kävijöille, tapahtuman aikana jaetut markkinointilahjat sekä työntekijöille järjestettävät palautepalaverit. Nämä yksinkertaiset keinot saavat kävijät tuntemaan itsensä arvostetuiksi. Jälkimarkkinoinnissa tärkeimpiä työkaluja ovat palautekyselyt sekä oman organisaation sisällä että kävijöiden keskuudessa. Saaduista palauteista voidaan koostaa yhteenveto, josta voidaan analysoimalla kerätä tärkeää tietoa tulevia tapahtumia silmällä pitäen. Catani (2017, luku 3) täydentää, että palautekyselyn tulee olla mahdollisimman yksinkertainen ja harkitusti rakennettu. Kyselyä laatiessa tulee olla selvillä se mitä halutaan tietää ja miksi. Yleisimpiä aiheita tapahtumien palautekyselyissä ovat esimerkiksi järjestelyjen onnistuneisuus ja kehitysideat tai toiveet.

2.7 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutus koostuu rakennusvaiheesta, itse tapahtumasta ja sen purkuvaiheesta (Kuva 6). Toteutuksessa suunnitteluvaiheessa tehdyistä suunnitelmista tulee totta. Ennen toteutusta tulee kuitenkin pitää tapahtuman kenraaliharjoitukset, jossa käydään läpi ennakkoon tehty suunnitelma rakennusvaiheesta, kaikkien osallistuvien osapuolien vastualueet ja tapahtuman ohjelma kokonaisuudessaan. Tämän tavoitteena on se, että tapahtuma saadaan toteutettua mahdollisimman sujuvasti. Kenraaliharjoituksissa käydään läpi myös toteutukseen vaikuttavat tekijät, kuten tekniikan toiminta ja jokaisen esiintyjän toiveet tai vaatimukset. Kenraaliharjoituksissa on myös tärkeää käydä läpi tapahtuman ajankohdat ja rytmitys, sillä tapahtuman tulee noudattaa ennakkoon laadittua ja kävijöille ilmoitettua käsikirjoitusta, eli tapahtuman ohjelmaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 168–171.)



Kuva 6: Tapahtuman vaiheet (mukaiillen Vallo & Häyrinen 2014, 168)

Tapahtuman rakennusvaihe on usein toteutusvaiheen aikaa vievin osuus, silloin tapahtumapaikalle rakennetaan tapahtuman kulissit ja näyttämö, jossa kävijöiden odottama ohjelma tapahtuu. Rakennusvaiheessa paikalle tuodaan tekniikka, kalusteet ja somisteet. Toritapahtumissa viimeisenä paikalle saapuvat myyjät, jotka muodostavat suuren osan tapahtumasta. Rakennusvaihetta suunniteltaessa on otettava huomioon, että rakennusvaihe vie usein tuplasti enemmän aikaa kuin tapahtuman purkuvaihe. On siis tärkeää varata rakentamiselle mieluummin liian paljon aikaa, kuin liian vähän. Tapahtuman purkuvaiheessa taas kaikki rakennettu puretaan ja tapahtuma-alue siistitään asianmukaisesti. (Vallo & Häyrinen 2014, 168–169.)

Tapahtumavaihe lipuu useimmiten ohitse omalla painollaan – lähes huomaamatta. Tapahtumatii- miläisten ja varsinkin koordinaattorin onkin siis tärkeää havainnoida tapahtuman sujuvuutta ja valvoa ympäristöä ja yleisöä ennalta arvaamattomien tilanteiden varalta. On myös hyvä idea jalkautua yleisön joukkoon ja kokea ainakin osa tapahtumasta kävijän silmin. Eriäinen perspektiivi

tapahtuman analysoinnissa voi tuoda esille kehityksenkohteita ja tärkeää informaatiota tulevaisuuden tapahtumia ajatellen. (Vallo & Häyrinen 2014, 168–170.)

Vallo & Häyrinen (2014, 175–176.) painottaa, että on tärkeää panostaa laadukkaaseen äänentoistoon. Äänentoiston tulee olla oikein mitoitettu tapahtuma-alueen kokoon nähden, jotta äänen kuuluvuus voitaisiin taata myös syrjäisimmissä nurkissa. Vallo ja Häyrinen suosittelevat, että tehtävä ulkoistettaisiinkin asiaan erikoistuneelle henkilölle tai yritykselle. Esitetyllä taustamusiikilla luodaan tapahtumassa tunnelmaa ja täydennetään tapahtumassa olevia hiljaisempia hetkiä. Craneworksin (s.a.) mukaan taustamusiikki tapahtumissa luo kävijöille alitajuisia elämyksiä, sillä onhan kuuloaisti suuri osa aistimarkkinointia. Aistimarkkinointi vaikuttaa asiakkaiden tunteisiin ja mielikuviin ja sitä kautta myös ostokäyttäytymiseen ja tapahtumassa viihtyvyyteen. Tapahtumia järjestäessä on hyvin tärkeää tarkastaa tekniikan toimivuus ennen tapahtuman aloitusta, sillä tekniset ongelmat luovat kiusallisia tilanteita ja epäammattimaista kuvaa tapahtuman kävijöille (Vallo & Häyrinen 2014, 176.).

3 Lopen kesätorien nykytila

Opinnäytetyön tutkimusosuuden tavoitteena on kartoittaa Lopen kesätorien nykytilaa, sekä kerätä ja analysoida tietoa siitä, mitä Lopen kesätoreissa voitaisiin kehittää tulevia vuosia ajatellen. Elokuussa 2022 toteutetun kvantitatiivisen kävijätutkimuksen avulla pyritään hahmottamaan torin kävijäryhmän mielipiteitä tapahtuman nykytilasta ja saada arvokasta informaatiota kehityksen kohteista. Kyselytutkimuksen toteutusmuodoksi valikoitui strukturoitu kyselylomake, joka sisältää sekä yksiselitteisesti vastattavia monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä.

3.1 Toritapahtuman nykytila

Lopen kesätorit ovat Lopen kunnan kulttuuritoimen alainen useamman kesätorin sisältävä yleisötapahtumasarja. Kesätorien avulla elävöitetään kunnan keskusta – Lopen kirkonkylää, tuodaan esille lähituotantoa ja alueen yrityksiä, sekä tarjotaan torilla kävijöille ainutlaatuisia elämyksiä muun muassa elävän musiikin muodossa.

Lopen kesätoreja on järjestetty nykyisessä muodossaan aiemmin kuutena kesänä, vuosina 2017–2022. Kesätoreille on muodostunut jo selkeästi vakiintunut paikka osana kuntalaisten kesänviettoa ja useat kävijät odottavat torikauden alkua innolla. Tapahtuma on aikaisempina vuosina järjestetty kymmenen kesätorin sarjana, joka alkaa kesäkuun alussa ja päättyy elokuun alkuun. Vuonna 2021 vallitsevan koronatilanteen ja kokoontumisrajoitusten myötä toreja järjestettiin muutama vähemmän. Tori-illoissa on ollut jo useampana vuotena käytössä sama vakiintunut kaava, jolla edettiin myös vuonna 2022. Kesätorit ovat torstai iltaisina ja alkavat kello 17 illan ensimmäisellä esiintyjällä, kello 18 on tietovisan vuoro ja kello 19 esiintymisensä aloittaa illan pääesiintyjä. Tapahtuma päättyy kello 20. Vaihtelua torien sisältöön ovat tuoneet erilaiset teemapäivät ja esiintyjät.

Toritapahtuman järjestelyissä kesällä 2022 ilmeni muutamia haasteita ja kehityksen kohteita. Lähialueiden yrittäjät ja ammattilais-torimyyjät eivät olleet kovin innokkaita lähtemään myymään tuotteitaan tai palveluitaan Lopen torille. Kompastuskiviksi koettiin torin lyhyt myyntiaika, viikonpäivä, syrjäinen sijainti ja pienet myynnit. Paikalle saadut myyjät olivat kuitenkin yleisesti hyvin tyytyväisiä tapahtuman muihin järjestelyihin. Lopen kesätoreja on järjestetty useita vuosia lähes identtisellä kaavalla. Toimeksiantaja Lopen kulttuuritoimi on alkanut kesän 2022 jälkeen pohtimaan sitä, että tulisiko tapahtumaa, ohjelmaa ja tapahtuma-aluetta uudistaa tulevina kesinä rohkeammin ottein.

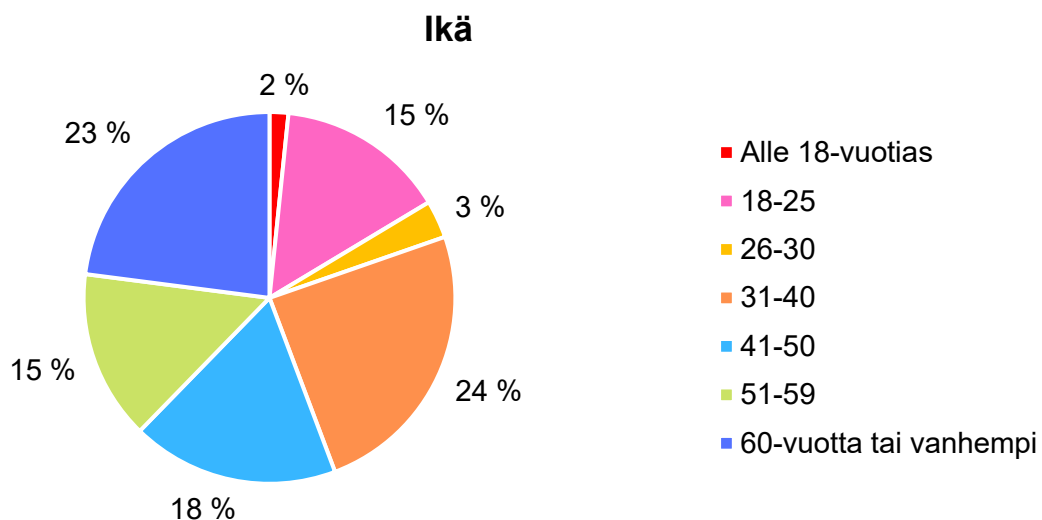
3.2 Kävijätutkimus 2022

Elokuussa 2022 torilla kävijöille toteutettiin julkinen kvantitatiivinen, eli määrällinen kyselytutkimus. Kävijätutkimuksen tavoitteena oli selvittää torikävijöiden mielipiteitä toritapahtuman onnistumisista ja kehityksen kohteista. Kyselytutkimus toteutettiin Google Forms kyselyalustan avulla ja siihen

kertyi 61 vastausta aikavälillä 22.8.-31.8.2022. Kyseinen aikaväli asetettiin, sillä tutkimuksen tekijät uskoivat, että kaikki, jotka aikovat todellisuudessa vastata kyselyyn, vastaavat siihen heti sen nähtyään eikä useiden viikkojen päästä. Tuolloin viimeisestä kesätorista oli myös kulunut vain neljä päivää, joten kävijöiden mielipiteet ja kehitysideoit olivat vielä tuoreessa muistissa.

Kävijätutkimuksen linkkiä jaettiin pääasiallisille kohdeyleisöille Facebookissa, Instagramissa ja Lopen kunnan verkkosivuilla. Facebookissa linkki kyselyyn jaettiin Lopen kunnan tilille, Loppi aiheeseen keskusteluryhmään sekä Lopen kesätorien omalle sivulle. Instagramissa kysely oli esillä Lopen kunnan Instagram tarinat -osiossa sekä kyselyyn ohjaavana tavallisena Instagram päivityksenä. Kunnan verkkosivuilla kysely oli löydettävissä verkkosivujen etusivulta aiheeseen liittyvästä tiedotteesta.

Kyselytutkimus on rakennettu keräämään tietoa torikävijöiden ikäjakaumasta ja mielipiteistä liittyen Lopen kesätorihin. Ikäjakauma valittiin taustatietokysymykseksi, koska toimeksiantaja halusi selvittää kävijöiden keski-ikä ja kartoittaakseen torin pääasiallista kävijäprofiilia. Avoimina kysymyksiä olivat kysymykset siitä, mitkä asiat olivat torissa parasta ja mitä kehitettävää torin toiminnassa ja ohjelmassa olisi. Avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden ilmaista itseään ja kertoa, mitä heillä on todella mielessään (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 196).



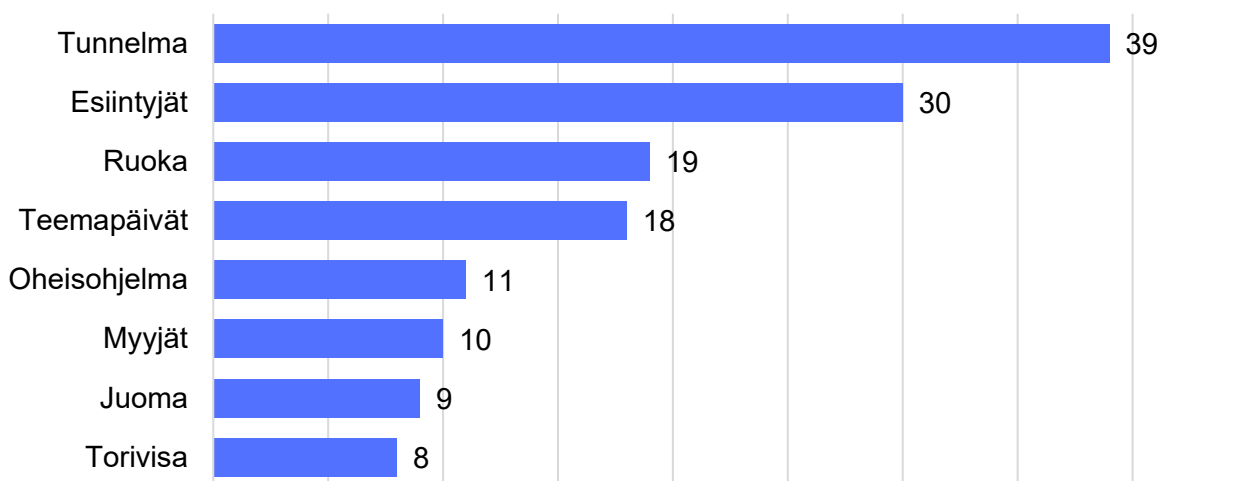
Kuva 7: Kyselytutkimukseen vastanneiden ikäjakauma.

Kyselyyn vastanneiden ikäjakauman selvittäminen auttaa saamaan käsityksen siitä, onko tapahtuma saavuttanut tavoitellun kohderyhmänsä (Nielsen 15.4.2019). Kyselyyn vastanneiden ikä oli jakautunut hyvin laajasti, kuten kaaviosta (Kuva 7) voidaan havainnoida. Selkeästi suurimmat vastaajaryhmät olivat 31-40-vuotiaat, joita vastaajista oli 24,6 % ja +60-vuotiaat, joita oli 23 %. Vähiten edustettuja vastaajaryhmiä olivat alle 18-vuotiaat ja 26–30-vuotiaat. Johtopäätöksenä ikäjakauman

perusteella voidaan arvioida, että aktiivisimpia kävijöitä ovat täysi-ikäiset noin 31-40-vuotiaat mahdollisesti perheelliset, sekä +60-ikäryhmän hieman iäkkäämpi väestö. Kyselyn otanta kattaa vain 61 henkilöä, joten kävijöiden keski-ikä voi mahdollisesti olla myös korkeampi tai matalampi. Kesällä torilla tehdyn silmämääräisen analyysin perusteella vastaukset kuitenkin edustavat melko hyvin todellista ikäjakaumaa. Tapahtuma kuitenkin vetää selkeästi puoleensa kävijöitä jokaisesta ikäryhmästä torin teemapäivien mukaisesti.

Tulevaisuudessa torilla kävijöiden keski-ikää on tavoitteena madaltaa, jotta Lopelle saataisiin houkuteltua myös uusia nuorempia asukkaita. Tässä voitaisiin onnistua esimerkiksi esiintyjä- ja teema valintojen avulla, sekä panostamalla maksulliseen markkinointiin myös verkkoalustoilla kuten Facebookissa. Kuten jo teoriaosuudessa todettiin, tapahtumasta tulee tehdä kohderyhmänsä näköinen.

Mikä oli parasta kesätorissa? Valitse yksi tai useampi.



Kuva 8: Ensimmäisen avoimen kysymyksen vastausten jakauma.

Ensimmäisenä avoimena kysymyksenä torin kävijöiltä kysyttiin vuoden 2022 onnistumisen kohteita. Kysymyksen vastauksissa (kuva 8) nousi neljä yhtenäistä teemaa vahvasti esille ylitse muiden. Teemoja olivat tunnelma, esiintyjät, ruoka ja teemapäivät. Voidaan tulkita, että torikävijät arvottavat nämä tärkeimmiksi ja vetovoimaisimmiksi osiksi Lopen kesätoreja. Kyseiset tekijät ovat varmasti myös sellainen asia, jota yleisö odottaa eniten muissakin käymissään tapahtumissa. Ruoka, hyvä tunnelma ja esiintyjät saavat kävijät myös viihtymään pidempiä aikoja. Muita vähemmän ääniä saaneita, mutta mahdollisesti joillekin kävijöille yhtä tärkeitä tekijöitä viihtyvyydessä olivat oheisohjelma, torimyyjät, anniskelu ja torivisa. Tapahtumanjärjestämisen teorian mukaisesti on havaittavissa, että kun tapahtumalla on huolellisesti suunniteltu kantava teema, se välittyy kävijöille

asti. Teemallisissa tapahtumissa yhteen nivoutuvat vastauksissakin eniten mainintoja keränneet ruoka, esiintyjät ja niiden tuottama hyvä tunnelma.

Kyselyn toisena avoimena kysymyksenä vastaajilta kysyttiin, että mitä he kehittäisivät tulevan kesän toreja ajatellen ja mitä he toivoisit lisää tai mitä he jättäisivät pois. Kysymykseen vastaaminen oli asetettu pakolliseksi, jotta vastauksista saataisiin kerättyä mahdollisimman laaja otos kesätorien nykytilasta. Liitteissä (Liite 1) olevissa avointen kysymysten vastauksissa esille nousi useampi selkeästi toistuva teema, joista voidaan kerätä talteen tärkeitä kehitysideoita ja ehdotuksia tulevaisuudessa uudistettavaa torikonseptia varten.

Eniten vastauksissa toistuvat teemat koskivat myyjiä ja istumapaikkoja torialueella. Vastauksissaan kävijät toivoivat enemmän ja monipuolisempia myyjiä, koskien sekä ruoan ja tuotteiden myyntiä. Kuten aiemmin mainittiin, kesällä 2022 opinnäytetyön kirjoittajalla oli haasteita saada torimyyjiä saapumaan paikalle. Tilanteeseen varmasti vaikutti koronarajoitusten poistumisesta johtuva tapahtumien järjestämisen vapautuminen. Yleisötapahtumia on lykätty koronan takia useampana vuotena, joten vuonna 2022 tapahtumajärjestäjät pyrkivät paikkaamaan aiempien vuosien ansionmenetyksiä, joka johti tapahtumien määrän eksponentiaaliseen kasvuun. Toisena tekijänä on Lopen kesätorien tapahtuma-ajan lyhyys ja vähäinen kävijämäärä. Kävijämäärää tulisi kasvattaa huomattavasti, jotta toritapahtumat saataisiin pidettyä elinvoimaisina ja kenties tulevaisuudessa kasvatettua niiden kokoa.

Toisena vastauksissa toistuvasti esille nousseena teemana oli istumapaikat torialueella. Istumapaikkoja toivottiin lisää sekä torialueelle että anniskelualueelle. Ikäihmisten puolesta esitettiin toiveita varjoisemmista istumapaikoista, sillä ilta-aurinko paistaa suoraan torille ja kuumina päivinä se voi tehdä kävijöiden olon tukalaksi. Toiveissa tuli ilmi myös se, että torialueesta toivottaisiin muodostuvan koko kylän viihtyisä kesä olohuone. Alueen viihtyisyyttä ja somistusta lisäämällä voisi olla positiivisia vaikutuksia kävijämäärään ja torilla vietetyn ajan pituuteen.

Muita torikävijöitä pohdituttavia teemoja oli esiintyjävalinnat ja yleinen torin ohjelma, äänentoiston kuuluvuus, torin aukioloajat ja teemapäivät. Esiintyjien suhteen yleisön toiveissa on enemmän nimekkäämpiä kansallisen tason esiintyjiä, mutta myös paikallisia esiintyjiä arvostettiin ja niiden keskuudessa toivottiin lisää vaihtelua aiempiin vuosiin verrattuna. Voidaankin siis pohtia, olisiko järkevää panostaa vain yhteen nimekkäämpään esiintyjään illassa, nykyisen kahden edullisemman esiintyjän sijaan. Mahdollisuutena on myös se, että toripäiviä vähennettäisiin ja niistä vapautuneet budjetit sijoitettaisiin jäljelle jääviin päiviin. Ohjelmassa toivottiin myös muutoksia torivisan suhteen. Useissa vastauksissa toivottiin, että torivisa poistettaisiin kokonaan ohjelmistosta tai se vaihdettaisiin johonkin toiseen aktiviteettiin, kuten karaokeen.

Torin aukioloajoista tuli kommentteja sekä kävijöiltä ja myyjiltä. Myyjien toiveissa oli, että toripäivät alkaisivat jo aikaisemmin kuin kello 17, jotta myyntiaikaa saataisiin pidennettyä ja myynnin kannattavuutta nostettua. Kävijät puolestaan toivoivat, että tori jatkuisi myöhempään illalla, jos päivälle on sattunut hyvä sää. Myöhempään iltaan jatkuessa torilla voitaisiin jatkaa esimerkiksi karaoken lauluntaa ja anniskelualueella istuskelua. Myös torin järjestämisen viikonpäivä herätti pohdintaa siitä, että palveleeko nykyinen torstai parhaiten kesämökkiläisiä ja työssäkäyviä. Voidaankin siis tulkita, että torin aukioloaikoihin toivottaisiin pidennystä ja mahdollisesti myös viikonpäivän muutosta.

Teemapäivät nousivat esille kummassakin avoimessa kysymyksessä, voidaan siis tulkita, että kävijäkunta arvottaa ne hyvin korkealle torin viihtyvyyden puolesta. Vuoden 2022 teemapäivät keräsivät runsaasti kiitosta. Pidetyimpiä ja vierailuimpia teemapäiviä olivat vanhat autot, liikenneturvallisuus, lasten päivä, rompetori, juhannus ja kesän päätöstorit. Vastauksissa nousi esille myös se, että jokaiselle torille toivotaan jatkossakin omaa teemaa. Itse teemojen suhteen ollaan hyvin avoimia ja niiltä toivotaankin uusia kokemuksia. Yleisöä ei siis haittaa, vaikka teema ei koskisikaan omia mielenkiinnon kohteita. Toivottuja teemoja olivat muun muassa maailman maut, lähiruoka, lemmikit, Lopen kylät ja harrastusmahdollisuudet ja -yhdistykset.

Yhteenvetona voidaan todeta, että toteutetun kyselytutkimuksen avulla saatiin kerättyä kattava otanta torin nykyisestä kävijäprofiilista ja kävijöiden mielipiteistä ja kehitysideoista. Kerätyt kehitysideat antavat tärkeää informaatiota tulevien vuosien tapahtumajärjestäjille siitä, mitä tapahtumassa voitaisiin parantaa, jotta tapahtuma houkuttaisi puoleensa enemmän kävijöitä. Suuri ja tyytyväinen kävijäkunta lisää positiivista keskustelua eli word of mouthia toritapahtuman ympärillä ja täten luo lisää näkyvyyttä ja vetovoimaisuutta Lopen kunnalle. Kävijätutkimuksessa kerättyjä kehitysideoita hyödynnetään tämän opinnäytetyön produktin, eli Lopen kesätorien järjestäjän oppaan luomisessa, jotta tulevaisuudessa Lopen kunnalle voitaisiin kehittää torikävijöitä entistä paremmin palveleva konsepti.

4 Opas ja oppaan rakenne

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyön produktina tuotettua Lopen kesätorien tapahtumajärjestämisen opasta, sekä sen rakennetta ja sisältöä. Oppaan lähtötilanne alakappaleessa käsitellään pohjimmaisista syistä sille, miksi ja mihin tarkoitukseen kesätorien järjestämisen opas päädyttiin luomaan. Oppaan tuottamisprosessi alakappaleessa käsitellään tuottamisprosessin vaiheita ja metodeja. Oppaan sisältö alakappaleessa esitellään pääpiirteittäin produktin rakenne ja sisältö ja viimeisenä oppaan tuottamisprosessia pohditaan yhteenvetokappaleessa.

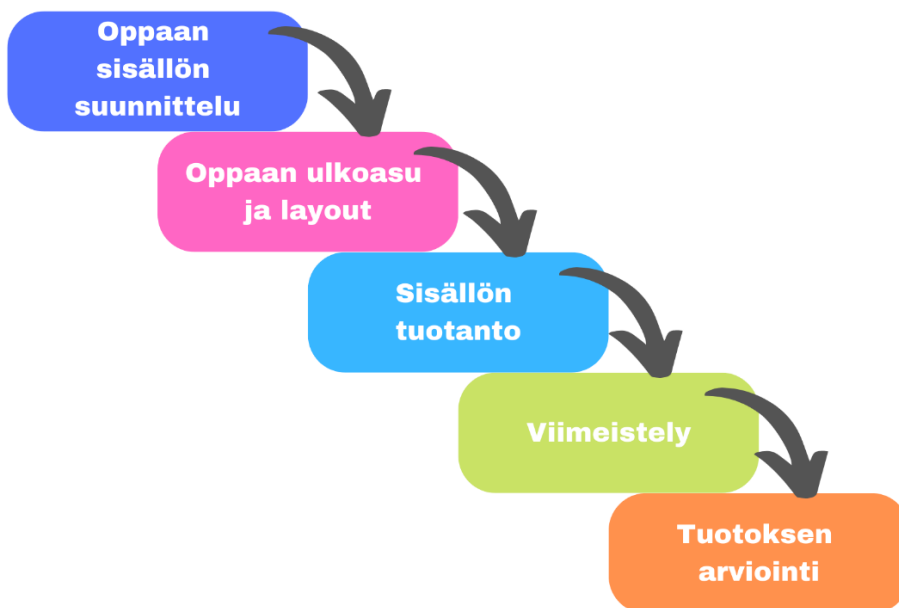
4.1 Oppaan lähtötilanne

Opinnäytetyön ja produktin toimeksiantajana toimii Lopen kunnan kulttuuritoimi, joka on myös Lopen kesätorien järjestäjätaho. Lopen kesätoreja on järjestetty vuodesta lähtien 2017 joka kesä Lopen kirkonkylällä sijaitsevalla torialueella. Alue on Lopen kunnan omistama ja hallinnoima. Kesätorit ovat aiempina vuosina olleet kymmenen toritapahtuman sarja, joka alkaa kesäkuussa ja päättyy elokuussa.

Tapahtuman koordinaattori vaihtuu vuosittain uuteen henkilöön. Toreja ei siis ole koskaan voitu järjestää aiemman tietopohjan ja käytännön kokemuksen pohjalta, vaan uusi koordinaattori aloittaa suunnitteluprosessin aina täysin tyhjältä pöydältä. Ainoa koordinaattorille annettu informaatio oli toriraportti, jossa kerrottiin pääpiirteittäin, miten toripäivät olivat rakentuneet ja miten ne olivat sujuneet. Seuraavalle järjestäjälle ei siis periytynyt minkäänlaista varmaa yhdenmukaista tietoa parhaimmiksi koetuista toimintatavoista tai aiempien vuosien palautteista. Koettiin, että nyt tilaisuuden tullessa vastaan olisi tärkeää saada dokumentoitua aiempien vuosien tietoa ja kokemuksia helposti tulkittavaan muotoon. Tämän johdosta päädyttiin toteuttamaan tämän opinnäytetyön produktina tuotettu Lopen kesätorien järjestämisen opas. Voidaan siis sanoa, että opas toimii uuden torikoordinaattorin perehdytysoppaana. Toimeksiantajan toiveissa olikin opas, jota on helppo rakentaa ja kasvattaa tulevaisuudessa.

Oppaan sisältö on rakennettu pohjautumaan opinnäytetyössä käsiteltyyn yksinkertaiseen versioon tapahtumajärjestämisen teoriasta ja käytännön vinkkeihin aiempien vuosien perusteella. Opas sisältää myös muun muassa listan käytännön asioista, joita torikoordinaattorin tulee tehdä ennen toreja ja torien aikana. Opas on suunniteltu vain torikoordinaattorin ja kunnan kulttuuritoimen käyttöön, ei torilla työskenteleville nuorille tai muille avustaville tahoille. Oppaan tarkoituksena on toimia kompaktina ja helposti tulkittavana ohjeistuksena tapahtuman järjestämisen perusteisiin.

4.2 Oppaan tuottamisprosessi



Kuva 9: Vesiputousmalli Lopen kesätorien oppaan toteutuksen vaiheista

Produktin toteutukseen on hyödynnetty vesiputousmallia (kuva 9). Vesiputousmalli on klassinen menetelmä, joka on ollut käytössä erinäisten projektien hallinnassa vuosikymmeniä. Menetelmä valittiin sen yksinkertaisuuden ja helpon ymmärrettävyyden perusteella. Menetelmässä edetään askeleittain niin, että seuraavaan askeleeseen edetessä edeltävä askel on täysin valmis. (Tolonen 2019.) Sisällön tuotannon suunnitelma etenee kuvan 9 mukaisesti alkaen oppaan sisällön suunnittelusta, edeten oppaan ulkoasuun ja layoutin suunnitteluun. Sisällön tuotanto -vaiheessa kirjoitetaan oppaan sisältö tapahtumalle luontaisessa kronologisessa järjestyksessä. Viimeistely osuudessa tarkistetaan sisällön oikeellisuus ja ulkoasuun yhteneväisyys. Viimeisessä vaiheessa, eli opinnäytetyön produktin arviointi osuudessa arvioidaan tuotoksen hyödynnettävyyttä käytännössä.

Opinnäytetyön produktin, eli Lopen kesätorien järjestäjän oppaan luominen aloitettiin tietoperustan keruulla. Oppaassa hyödynnettävää tietoperustaa rakennettiin opinnäytetyön pohjalta useista eri lähteistä. Opinnäytetyötä varten kerättyä tietoperustaa sovelletaan siis produktina valmistuneessa oppaassa. Tähän toteutusmenetelmään päädyttiin, sillä koettiin, että tietoperustaa kirjoittaessa luotu tapahtumajärjestämisen teoriapohja oli riittävän vahva ja myös siksi, että tapahtumajärjestämisen teoriassa lähteistä riippumatta painotetaan usein samoja asioita ja toimintatapoja.

Tietoperustan keruun jälkeen valikoitiin oppaan toteutustapa ja muoto. Toteutusvälineeksi valikoitui ilmainen ja yksinkertainen graafisen suunnittelun alusta Canva. Canva valittiin sen visuaalisuuden, helppokäyttöisyyden ja monipuolisuuden perusteella. Luotuja tiedostoja on myös helppo tallentaa ja jakaa eri tiedostomuodoissa toisille henkilöille. Oppaan tietojen päivittäminen tulevaisuudessa on

myös vaivatonta. Itse suunnittelupohjan muodoksi valikoitui perinteinen A4-paperikoko, sillä se on helppo tulostaa fyysiseen muotoon ilman ylimääräistä vaivaa. Fyysisessä muodossa opasta on miellyttävä selailta ja helppo kantaa mukana. Visuaalisissa elementeissä käytettiin hyödyksi opinäytetyön kirjoittajan itse ottamia valokuvia, valmiita graafisia elementtejä, sekä kesätorien epävirallisesta väripaletista johdettua värimaailmaa. Myös oppaassa käytetyt kirjasintyyli on valittu kesätorien markkinointimateriaalien pohjalta.

Oppaan sisältöä suunniteltaessa aluksi rakennettiin yksinkertainen sisällysluettelo, siitä mitä aiheita ja osioita oppaaseen haluttiin sisällyttää. Alkuperäinen sisältösuunnitelma kuitenkin täydentyi vielä oppaan toteutusvaiheessa, sillä koettiin että oppaaseen haluttiin lisätä muutamia elävöittäviä ja hyödyllisiä ekstra osioita tavallisen tapahtumanjärjestämisen teorian lisäksi. Sisällön suunnittelusta kirjoitusprosessi eteni alkusanojen kautta tapahtuman järjestämisen teoriaan ja käytännön asioihin ja vinkkeihin. Sisältö eteneekin siis vaiheittain aina suunnitteluprosessista tapahtuman toteutukseen asti. Tapahtuman toteutuksessa on kaavailtu suurempia muutoksia ensi vuodelle, joten esimerkiksi informaatio tulevan vuoden aikatauluista tai budjetista olisi ollut hyödyksi oppaan sisällön suunnittelussa ja toteutuksessa, jotta oppaasta olisi voitu muodostaa vielä tarkempi kuvaus tapahtuman suunnittelun vaiheista. Näitä ei kuitenkaan vielä olla suunniteltu, joten sisältö on pyritty rakentamaan palvelemaan lukijaansa näistä tekijöistä riippumatta.

4.3 Oppaan sisältö

Oppaan kansisivulle tulee luoda osuva otsikko, joka kertoo lukijalle ensi silmäyksellä mitä oppaan aihe käsittelee. Toteutetun produktin lopulliseksi nimeksi muotoutui lyhyt ja ytimekäs Lopen iltatori: järjestäjän opas, valittu nimi kertoo lukijalle kaiken tarvittavan sisällöstä, lukemispäätöksen tekemiseksi. Kansisivua seuraa sisällysluettelo, jossa esitellään oppaan sisältö numeroilla jaoteltuina omina päälukuinaan (Kuva 10). Sisällysluettelo auttaa lukijaa hahmottamaan nopealla silmäyksellä sen mitä opas sisältää kokonaisuudessaan.

Sisällysluettelo

01	Alkusanat
02	Tapahtuman suunnitteluprosessi
03	Kohderyhmä, Paikka ja aika
04	Budjetti
05	Henkilökunta
06	Lupa- ja ilmoitusasiat
07	Turvallisuus, vakuutukset ja riskit
08	Markkinointiviestintä
09	Tapahtuman toteutus
10	Omat muistiinpanot

Kuva 10: Lopen kesätorien järjestäjän oppaan sisällysluettelo.

Oppaan sisältökappaleet alkavat alkusanoilla. Alkusanoina viritetään lukija tunnelmaan ja hänelle kerrotaan, kenelle opas on suunniteltu, mikä on sen käyttötarkoitus ja mistä itse tapahtumassa on kyse. Opas on suunniteltu apuvälineeksi Lopen kesätorien järjestäjälle, sekä muille järjestäjätahon työntekijöille. Lopen kesätorit ovat koko perheen tapahtuma, jonka tavoitteena on tuoda lisää näkyvyyttä Lopen kunnalle ja luoda kävijöille ikimuistoisia elämyksiä.

Tapahtuman suunnitteluprosessin kuvauksessa on hyödynnetty opinnäytetyön teoriapohjaa. Tämä koettiinärkevimmäksi ratkaisuksi, sillä oppaaseen haluttiin sisällyttää kappaleessa 2.2 käsitelty Vallon ja Häyrisen onnistuneen tapahtuman malli®. Kirjallisuuteen pohjautuvan teorian jälkeen suunnitteluprosessi -kappale etenee opinnäytetyön tekijän omien kokemuksen pohjalta rakennettuun suunnitteluprosessin tehtävälistaan. Tehtävälista luotiin, koska aiempina vuosina tapahtuman suunnittelun vaiheita ei ollut dokumentoitu tulevia kesiä ajatellen mitenkään, joka hankaloitti uuden torikoordinaattorin suunnitteluprosessin aloittamista. Tehtävälistassa käydään järjestyksessä läpi suunnitteluprosessin vaiheita ja sitä missä järjestyksessä asioita tulisi tehdä. Tehtävälistassa edetään suunnitteluvaiheen herättelevistä kysymyksistä esiintyjien ja torimyyjien hankintaan liittyviin vinkkeihin. Luvat, ilmoitukset ja turvallisuus -osioissa listataan kaikki asiat, jotka tulee lainsäädännöllisesti järjestää. Markkinointi -osuudessa herätellään lukijaa tapahtumamarkkinoinnin tehtäviin. Tavarahankinnat -osiolla pyritään muistuttamaan järjestäjää myös ennakkoon tehtävistä hankinnoista. Tehtävälista jatkuu myös tapahtuman aikana muistettaviin asioihin, eli markkinointiin, tilanteen tarkistamiseen ja hyvään johtajuuteen.

Kohderyhmä, paikka ja aika -kappaleessa esitellään lyhyesti Lopen kesätorien järjestämisen historiaan. Lopen kesätoreja on järjestetty samassa paikassa kuutena vuotena 2017–2022. Torille onkin muodostunut vakiintunut paikka kävijöiden kesänvietossa. Kappaleessa esitellään aiempien vuosien tapahtuman aikataulu, mutta tulevien vuosien mahdollisia uudistuksia ajatellen lopullinen aikataulun suunnittelu luovutettiin eteenpäin tulevan kesän torien koordinaattorille.

Budjettia käsitellessä pyrittiin muistuttamaan tapahtuman järjestäjää budjetoinnin ja budjettisuunnitelman tärkeydestä. Aiempina vuosina Lopen kesätorit ovat olleet täysin Lopen kunnan rahoittamat, mutta opinnäytetyön kirjoittaja halusi tuoda esille myös mahdollisuuden tapahtuman sponsoinneille. Sponsoroinnit ovat loistava mahdollisuus saada tapahtumalle lisärahoitusta, jonka voi sijoittaa esimerkiksi torialueen viihtyisyyden parantamiseen tai tunnetumpien esiintyjien hankintaan. Tällainen toimintatapa on käytössä ainakin hyvin tunnetuilla Salon iltatoreilla. Budjetti -kappale sisältää myös kuvitteellisen budjettiesimerkin, jossa haluttiin tuoda esille, ettei budjetin luominen ole välttämättä niin vaikeaa kuin luullaan.

Henkilökunta -kappaleessa käsitellään lyhyesti projektipäällikön vastuita ja avainasemassa olevia tiiminjohtamistaitoja. Henkilökuntaan kuuluu myös työntekijät, eli torinuoret. Tulevaa tapahtuman järjestäjää haluttiin muistuttaa ennen tapahtumaa pidettävän tapahtumabriiffin tärkeydestä osana torinuorten koulutusta. Liittyen projektipäällikön tiiminjohtamistaitoihin haluttiin lisätä muistutus siitä, että vastuullisena aikuisena torikoordinaattorin tulee kohdella torinuoria kunnioituksella ja ymmärtämisellä asenteella, varsinkin kun kesätorit saattavat olla nuorien ensimmäinen oikea työkokemus.

Lupa- ja ilmoitusasiat -kappale pohjautuu hyvin vahvasti suomen lainsäädäntöön ja asetuksiin. Opasta suunnitellessa koettiin tärkeäksi, että oppaasta on helposti löydettävissä kaikki tapahtuman järjestämistä koskevat lainsäädännölliset vastuut. Näitä vastuita ovat ilmoitus yleisötapahtumasta, alkoholin anniskeluluvat ja esitettävään musiikkiin liittyvät tekijänoikeudet. Samaan kategoriaan kuuluvat myös turvallisuus, vakuutukset ja riskit -kappaleen sisältö, jossa käsitellään ensiapu, turvallisuus ja pelastussuunnitelmaa, järjestyksenvalvontaa sekä tapahtumanjärjestäjän tapahtumavakuutusta.

Markkinointiviestinnän teoriaa päätettiin käsitellä hyvin tiiviisti, sillä tapahtuman järjestäjän apuna toimii Lopen kunnan oma viestintävastaava. Kappaleeseen haluttiin kuitenkin luoda markkinointisuunnitelma esimerkki taulukon muodossa. Markkinointisuunnitelma taulukon ideana on herätellä torin järjestäjiä markkinointikanavien ja mahdollisuuksien monipuolisuuteen. Taulukossa havainnollistetaan tiiviisti sitä, miten Lopen kesätorien viestintää voitaisiin esimerkiksi toteuttaa ja annettiin ehdotelmia julkaisukanavista ja aikataulusta. Taulukkoon on myös merkitty kanavat, joissa on mahdollista toteuttaa tapahtuman näkyvyyttä nostattavaa maksettua mainontaa.

Toteutusvaihe on otettu huomioon omassa kappaleessaan, jossa käsitellään aiempien vuosien työjärjestystä toripäivinä. Suuntaa antava aiemman vuoden toteutussuunnitelma auttaa uutta torikoordinaattoria jäsentelemään toripäivien työvaiheita ja asioiden toteutusjärjestystä. Ennakoon tehty toimintasuunnitelma auttaa tapahtumabriefissä, sekä toteutusvaiheessa vauhtiin pääsemisessä. Kappaleessa kuvataan vuoden 2022 käytännön toteutusta ja toimintatapoja, jotka voivat tarjota kaivattua pohjatietoa ja suunnitteluapua myös tulevien vuosien tapahtumien järjestämistä varten.

Viimeisenä kappaleena on paikka torikoordinaattorin muistiinpanoille. Aiemmilta vuosilta ei ole kerätty minkäänlaista luetteloja siitä, kuka torilla on ollut myyjänä tai esiintyjänä. Uusi torikoordinaattori onkin siis joutunut aloittamaan myyjien hankinnan täysin tyhjältä pohjalta tehden kylmäsoittoja satunnaisille yrittäjille. Opinnäytetyön kirjoittajan kokemuksen perusteella kiertävien torikauppiaiden yhteystietojen jäljittäminen on myös osoittautunut hyvin haastavaksi. Lopen kesätoreille myös seuraavana vuonna palaamisesta innostuneiden torimyyjien yhteystietojen talteen kerääminen helpottaa huomattavasti seuraavan torikoordinaattorin työtä.

4.4 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön produktina syntyneitä Lopen kesätorien järjestämisen opasta voidaan ja tullaan hyödyntämään kokonaisuudessaan tulevien vuosien toritapahtumien järjestämisessä. Opas on rakennettu kompaktiksi, informatiiviseksi ja selkeäksi kokonaisuudeksi, johon on aina helppo palata. Oppaan perusteella tapahtumanjärjestäjälle muodostuu kuva siitä mistä tapahtumassa on kyse ja hänelle kertyy tietoa tapahtuman järjestämisen vaiheista ja tapahtumakoordinaattorin tehtävistä.

Suunnitteluvaiheessa on paljon vaiheita ja tekijöitä, jotka tulee muistaa jokaista vuosittaista tapahtumasarjaa järjestäessä. Oppaan sisältöä suunnitellessa pohjimmaisena ideana oli tuottaa opas, joka toimii samalla myös tapahtumakoordinaattorin muistilistana tapahtuman suunnittelu- ja toteutusvaiheessa. Kuten aiemmin opinnäytetyössä on mainittu, tapahtuman järjestämiseen kuuluu suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheet. Näitä aihealueita on käsitelty tarkoituksenmukaisesti sekä opinnäytetyössä ja produktina tuotetussa oppaassa. Oppaan sisältö ja otsikointi noudattaa opinnäytetyön tietoperustaa ja sisällön rakennetta, sillä sen koettiin olevan sopivan selkeä pohja molempiin osuuksiin.

Opas on luotu kasvamaan ja kehittymään tapahtuman rinnalla. Oppaaseen on myöhemmin mahdollista lisätä omia sivuja ja tarvittaessa päivittää aikaisempia tietoja. Opasta suunnitellessa haluttiin, että oppaasta tulee juuri Lopen kesätorien näköinen.

5 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön aiheena oli luoda Lopen kunnan kulttuuritoimelle Lopen kesätorien tapahtumanjärjestäjän opas, joka toimii tulevien vuosien torikoordinaattorien ohjenuorana ja apukätenä. Idea oppaan toteutuksesta sai alkunsa loppukesästä 2022, kun opinnäytetyön tekijä kysyi sopivaa aihetta toimeksiantajalta. Toimeksiantajan kanssa yhdessä koettiin, että kyseinen aihe soveltuisi opinnäytetyön aiheeksi varsin hyvin, tulisi tarpeeseen ja myös kirjoittajan omakohtainen kokemus Lopen kesätorien järjestämisestä puolsi päätöstä. Opinnäytetyöprosessi aloitettiin syyskuussa 2022 ja se saatettiin päätökseen marraskuussa 2022.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää Lopen kesätorit -tapahtumalle tapahtumanjärjestäjän opas, joka toimii tulevien vuosien torikoordinaattorien ohjenuorana ja apukätenä. Aihe tuntui alusta alkaen toteutuskelpoiselta, mutta lopullinen idea ja muoto vaati vielä pientä hiomista, jotta päädyttiin sen lopulliseen ideaan. Koin myös henkilökohtaisesti, että minulla olisi paljon annettavaa aihetta koskien, sillä itse hyppäsin Lopen kesätorien järjestämisessä suoraan syvään päätyyn hyvin suppean ohjeistusten pohjalta. Tavoitteena oli luoda Lopen kunnalle kesätorien järjestämisen opas, joka toimii torikoordinaattorin tukena ja ohjenuorana Lopen kesätoritapahtumien järjestämisessä. Toimeksiantajan toiveena oli se, että opas olisi tiivis paketti, johon on aina tarvittaessa helppo palata. Oppaan tulisi siis toimia osaltaan torikoordinaattorin perehdytyksenä Lopen kesätoireihin ja apuna tapahtuman järjestämisessä.

Produktina luotu opas rakennettiin Canva -nimisellä suunnitteluohjelmalla, joka valittiin sen helppokäyttöisyyden vuoksi. Canva toimii hyvin intuitiivisesti klikkaa ja raahaa -periaatteella, jota myös kokemattomammat henkilöt oppivat käyttämään hyvin nopeasti. Toimeksiantajan on siis helppo muokata ja päivittää opasta ajan tasalle. Opas toteutettiin A4 paperikokoon, jotta sen tulostaminen mukana kannettavaan fyysiseen muotoon olisi mahdollisimman helppoa. Opas luovutetaan nykyisessä muodossaan toimeksiantajalle ja jatkossa mahdollisista päivityksistä vastaa toimeksiantaja itse. Oppaan jatkokehitystä ajatellen, siihen voisi lisätä tulevien vuosien käytännön vinkkejä ja muita tuleville koordinaattoreille tärkeää informaatiota. Olisi hienoa, jos opas kasvaisi ja hioutuisi entistä laajemmaksi ja paremmaksi tapahtuman rinnalla.

Oppimisprosessi ja opinnäytetyön parissa työskentely eteni suurimmilta osin omien tavoitteideni mukaan. Prosessi eteni suunnitellun aikataulun mukaisesti ja kokonaisuus saatettiin loppuun tavoitepäivämäärään mennessä. Henkilökohtaiset tavoitteeni olivat, että haluan kehittää omaa ammatillista osaamista tapahtumajärjestämisen ja markkinoinnin parissa, ja samalla luoda hyödynnettävän tapahtumajärjestämisen oppaan toimeksiantajan toiveiden mukaan.

Olen tyytyväinen omaan panokseeni ja produktina tuotettuun kesätorien järjestämisen oppaaseen. Oma ammatillinen osaaminen ja tietämys varsinkin tapahtuman järjestämisen parissa on kasvanut huomasti entisestään. Opin, että tapahtuman ammattimaisen järjestämisen taustalla on huomattavasti suurempi prosessi kuin aiemmin luulin. Tapahtuman järjestäminen vaatii syvää tuntemusta tapahtumaympäristöä, kohderyhmää ja tapahtumaprosessia kohtaan. Suullinen ohjeistus saatesanoilla ”kyllä se aikanaan selviää”, ei kannata tapahtumaa parhaaseen lopputulokseensa. Opinnäytetyöprosessista karttuneita oppeja olen päässyt jo hyödyntämään uusissa työtehtävissäni.

Haasteilta ei välttytty tässäkin opinnäytetyöprosessissa. Opinnäytetyöprosessin aikana työllistyin täysipäiväisesti toiseen yritykseen, joka vei aikaa opinnäytetyön tekemiseltä ja täten myös vaikutti arvosanatavoitteeseeni. Koen tämän kuitenkin positiiviseksi ongelmaksi, sillä on hienoa, että opiskeluaikana on mahdollista työllistyä vakituisesti oman alan työtehtäviin. Koin haasteita myös opinnäytetyöprosessin alkuvaiheissa, kun aloin suunnittelemaan opinnäytetyön sisällystä ja teoriaviitekehystä. Visio opinnäytetyön ja produktin toteutuksesta ei ollut täysin valmis prosessin alkaessa, joka loi pieniä haasteita. Haasteet rakenteen kanssa kuitenkin hälvenivät, kun pääsin kirjoitusprosessiin kiinni, sisältö muovautui kuin itsestään.

Kokonaisuudessaan olen tyytyväinen opinnäytetyöprosessin etenemiseen ja lopulliseen produktiin. Prosessin aikana ammatti persoonani ja osaamiseni tapahtumajärjestämisen parissa kasvoi huomattavasti ja toivonkin, että osaamisestani on hyötyä vielä useissa tilanteissa työurallani.

Lähteet

Aalto-yliopisto 2018. Polku onnistuneeseen tapahtumaan. Luettavissa: <https://www.aalto.fi/fi/palvelut/tapahtumien-jarjestaminen-aallossa>. Luettu: 8.10.2022.

Allen, J. 2009. Event planning. Wiley-Blackwell. Ontario. E-kirja. Luettu: 25.10.2022.

Aluehallintovirasto s.a. Anniskelulupa. Luettavissa: <https://avi.fi/asioi/yritys-tai-yhteiso/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset/alkoholin-myynti-ja-anniskelu/anniskelulupa>. Luettu: 10.10.2022.

ASQ. What is benchmarking? Luettavissa: <https://asq.org/quality-resources/benchmarking>. Luettu: 27.9.2022.

Catani, A. 2017. Onnistunut yritystapahtuma: järjestäjän käsikirja. Alma Talent. E-kirja. Luettu: 25.10.2022.

Clear Channel. 2021. Ohittamaton ja tehokas ulkomainoskampanja. Luettavissa: <https://www.clear-channel.fi/clearnews/ohittamaton-ja-tehokas-ulkomainoskampanja>. Luettu: 1.11.2022.

Craneworks s.a. Aistimarkkinointi. Luettavissa: <https://www.craneworks.fi/fi/aistimarkkinointi>. Luettu: 19.11.2022.

Dixon, S 2022. Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users. Statista. Luettu: 10.11.2022.

Heinonen, E. 5.9.2022. Viestintäpäällikkö. Lopen kunta. Haastattelu. Loppi.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Kokoontumislaki 22.4.1999/530.

Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. Tapahtumajärjestäjän opas. 2015. Laurea Julkaisut. E-Kirja. Luettu: 25.10.2022.

Kubla s.a. Kohdennettu mainonta – mitä, miksi ja milloin? Luettavissa: <https://kubla.fi/blogi/kohdennettu-mainonta/>. Luettu: 1.11.2022.

Lampinen, J. 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Suomen Ympäristö- ja Terveysalan Kustannus Oy. Pori.

Liveto s.a. Järjestyksenvallonta. Luettavissa: <http://materials.liveto.io/tapahtumanpelikirja/turvallisuus/jarjestyksenvallonta>. Luettu: 10.10.2022.

Lua, A s.a. What to post on each social media platform. Luettavissa: <https://buffer.com/library/what-to-post-on-each-social-media-platform/>. Luettu: 10.11.2022.

Markkinointi Routa. Sanomalehti on vahva uutis- ja mainosmedia. Luettavissa: <https://www.markkinointirouta.fi/palvelut/lehtimainonta/sanomalehdet>. Luettu: 1.11.2022.

Nielsen, F 15.4.2019. 6 bra sätt att identifiera målgruppen för ett evenemang. Luettavissa: <https://billetter.se/blog/6-bra-satt-att-identifiera-malgruppen-for-ett-evenemang/>. Luettu: 9.10.2022.

Nielsen, F 28.4.2019. Tapahtumavakuutus: kaikki mitä sinun tarvitsee tietää. Luettavissa: <https://billetter.fi/blog/tapahtumavakuutus-kaikki-mita-sinun-tarvitsee-tietaa/>. Luettu: 10.10.2022.

Nielsen, F 3.3.2019. Tapahtuman teeman valitseminen (ja mitä sisällyttää mukaan). Luettavissa: <https://billetter.fi/blog/tapahtuman-teeman-valitseminen-ja-mita-sisallyttaa-mukaan/>. Luettu: 18.10.2022.

Nissinen, H. 2017. 11 hyvän johtajan ominaisuutta. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/11-hyvan-johtajan-ominaisuutta/>. Luettu: 19.11.2022.

Pelastustoimi s.a. Yleisötapahtumat. Luettavissa: <https://pelastustoimi.fi/lansi-uusimaa/ohjeet-jalomakkeet/yleisotapahtumat>. Luettu: 10.10.2022.

Pohjanmaan pelastuslaitos s.a. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma. Luettavissa: <https://www.pohjanmaanpelastuslaitos.fi/palvelut/yleisotilaisuudet>. Luettu: 10.10.2022.

Poliisi s.a. Yleisötilaisuudet. Luettavissa: <https://poliisi.fi/yleisotilaisuudet>. Luettu: 10.10.2022.

Teosto s.a a. Mikä on Teoston ja Gramexin ero? Luettavissa: <https://www.teosto.fi/usein-kysytya/musiikin-tekijanoikeudet/mika-on-teoston-ja-gramexin-ero/>. Luettu: 7.10.2022.

Teosto s.a b. Tapahtumalupa. Luettavissa: <https://www.teosto.fi/musiikin-kayttoluvat/hanki-lupa/tapahtumalupa/>. Luettu: 7.10.2022.

Tilastokeskus s.a. Kuntien avainluvut, vuoden 2021 aluejako. Luettu: 25.9.2022.

Tolonen, E. 2019. Projektinhallinnan menetelmät – Ota langat takaisin lapaseen. Luettavissa: <https://www.avitas.fi/projektinhallinnan-menetelmat-ota-langat-takaisin-lapaseen/>. Luettu: 10.11.2022.

Ukkonen, E 2021. Viisi askelta onnistuneen tapahtuman suunnitteluun. Luettavissa: <https://viestijat.fi/viisi-askelta-onnistuneen-tapahtuman-suunnitteluun/>. Luettu: 25.9.2022.

Valkonen, J 2021. Tapahtumasta viestiminen ja miten onnistua siinä? Luettavissa: <https://www.lyyti.com/fi/blogi/tapahtumasta-viestiminen-ja-miten-onnistua-siin%C3%A4>. Luettu: 1.11.2022.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtumien järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus. Navigare.

Waldron-Curry, M 2021. Why Parking Management is Important to a Business' Success. Luettavissa: <https://www.flashparking.com/blog/important-of-parking-management-for-businesses/>. Luettu: 3.10.2022.

Liitteet

Liite 1. Avointen kysymysten vastaukset

Enemmän ja erilaisia torimyyjiä. x11
Enemmän erilaisia ruokajuttuja. x11
Lisää istumapaikkoja torialueelle. x10
Aikataulullisesti tori visa hankala, kun esiintyjien välissä niin hirveän pitkä aika.
hyvä konsepti sellaisenaan, esiintyjiin kannattaa panostaa
Voisiko lapsille olla oma minivisa?
Monipuolista ohjelmaa, olen tyytyväinen
Isompi anniskelualue. Esiintyjien väli voisi olla lyhyempi.
Artisteja voisi olla enempi esiintymässä.
Monipuolisesti esiintyjä
Torivisa pois
Tori visa puoli tuntia riittää
Mainontaan lisää rahallista panostusta.
Teemaillat ovat hyviä ja niissä on otettu kaiken ikäiset huomioon.
Laittaisın lisää ääntä mikkiin, että laulajien ja juontajan ääni kuuluu paremmin. Enemmän paikallisia seuroja esille. Koko kesän eri teemoja.
Ohjelmanumeroiden välissä voisi olla taukomusiikkia.
Kirppismyyjät pois. Kailjatelilta muutetaan lastentapahtumiin mehuteltaksi.
Pitäiskö nuoret muistaa jotenkin. Nyt on huomioitu lapset ja meidät vanhemmat.
Keskitetty kirppispäivä, jolloin kirppismyyjiä enemmänkin esim. Kuntalan edustalla.
Toritapahtuma on isoilta osin liian samanlainen vuodesta toiseen ja samat haasteet mielestäni toistuvat.
Enemmän lapsille
Joka kerralle lapsille jotain tekemistä. Ei tarvitse olla ohjattua tai mietittyä, jotain tyyliin kepparirata, katuliidut tms.
Enemmän vaikka karaokea. Vähän oli välillä sellasta luppoaikaa liikaa.
Torivisan jättäisin pois.
Lapsille AINA jotain tekemistä.
Mielestäni esiintyjiin kannattaa panostaa. Vaikka itse jo lähestyn keski-ikää, niin mielestäni enemmän musaa, joka tuo nuoria aikuisia paikalle, ehkä jo lapsineen.
Kepparikisat lapsille, poniratsastusta, Lopen historiaa, kyliä, yrityksiä ja harrastusmahdollisuuksia tutuksi.
Pari nimekästä esiintyjää toinen heinäkuulle ja toinen elokuulle. Kylien toivoisin olevan enemmän esillä, vaikka keskustassa tori onkin.
Paremmat äänentoistojärjestelmät
Uusia esiintyjä (usein samat paikalliset joka vuosi)
Parempia esiintyjä
Nimekkäitä esiintyjä
Toreille oli hyvin keksitty erilaisia teemoja, niin että jokaiselle löytyi jotain mielenkiintoista.
Kansallisen tason esiintyjä myös kesätorien puolenvälin nurkille. Laadukkaampaa ruokatarjontaa. Esimerkiksi Lopen uusien perunoiden tiimoilta vaikkapa teemalla uudenlaista hyvää perunasta.

Aina samat myyjät on miinusta. Lasten tapahtumat on hyviä ja esiintyjät.

Parempia bändejä, liikaa lasten esiintyjä ja torivisa vie liikaa aikaa.

Vaikka tietokilpailut ovat mukavia niin poistaisin ne. Ottaisin karaoken tilalle.

Stand up komiikka voisi tuoda vähän uudistusta ohjelmistoon.

Useammin karaokea.

Ehkä jotain yhteislaulua ja sanat heijastettuna skriinille.

Musiikki on mikä sykehdyttää, ihmiset tulevat paikalle. Ei liian pitkiä aikoja esiintyjien väliin. Lasten ohjelmat esiintyjät heti jos mahdollista ja aikuisille esiintyjä esim. klo 19 näin väki viihtyy

Liite 2: Lopen iltatori: Järjestäjän opas

LOPEN ILTATORI

Järjestäjän opas



Sisällysluettelo

01	Alkusanat
02	Tapahtuman suunnitteluprosessi
03	Kohderyhmä, Paikka ja aika
04	Budjetti
05	Henkilökunta
06	Lupa- ja ilmoitusasiat
07	Turvallisuus, vakuutukset ja riskit
08	Markkinointiviestintä
09	Tapahtuman toteutus
10	Omat muistiinpanot

Alkusanat



Lopen kesätorit ovat Lopen kunnan kulttuuritoimen alainen ja rahoittama toritapahtumasarja. Torit on luotu elävöittämään Lopen kirkonkylää, tuomaan kunnalle näkyvyyttä ja luomaan kävijöille ikimuistoisia elämyksiä. Kesätorit ovat koko perheen tapahtuma, tervetulleita on kaikki vauvasta vaariin.

Tämä opas on luotu helpottamaan sinun – Lopen kesätorien järjestäjän työtä ja toimimaan apuna matkalla suunnitelmista toteutukseen. Oppaassa käydään läpi Lopen kesätorien järjestämisessä huomioon otavat seikat askel askeleelta. Oppaan ohjeet ja vinkit perustuvat järjestäjän omiin kokemuksiin, sekä tapahtumajärjestämisen teoriaan.

Tapahtuman järjestäminen on suuri vastuu, mutta myös suuri ilo jota moni ei pääse kokemaan!

–Kesätorikoordinaattori 2022,
Olga Siikaluoma

02

Tapahtuman suunnitteluprosessi

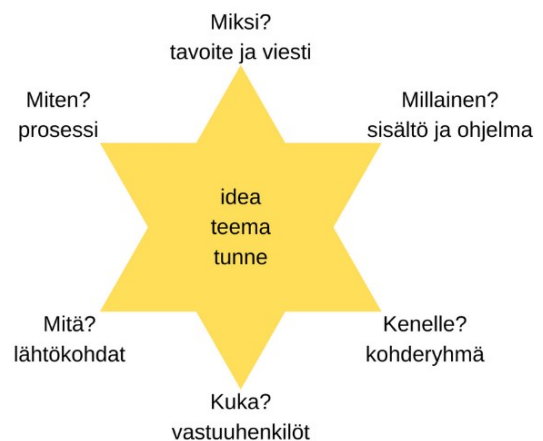
Yleisötapahtuman suunnittelu on monivaiheinen ja vaativa prosessi. Onnistunut tapahtuma on kuitenkin helppo tunnistaa - tapahtuman tunnelma on ainutlaatuinen ja toteutuksesta huokuu tarkka yksityiskohtien huomioiminen.

Tapahtuman suunnitteluprosessi tulee aloittaa mahdollisimman ajoissa, sillä tapahtuman järjestämisessä se vie eniten aikaa. On tärkeää kerätä varhaisessa kokoon kaikki ne henkilöt, jotka tulevat olemaan mukana tapahtuman toteutuksessa, näin saadaan suunnitteluprosessiin mukaan useita eri näkökulmia ja ideoita. Yhteistyössä toteutettu suunnittelu sitouttaa myös paremmin järjestelyissä mukana olevaa henkilöstöä.

Vallon ja Häyrisen onnistuneen tapahtuman mallissa tapahtumaa kuvataan kahdesta kolmiosta muodostuvaksi tähdeksi. Kolme ensimmäisen kolmion sakaraa ovat strategia tekijöitä ja toisen kolmion sakarat käsittelevät operatiivisia tekijöitä. Pääallekkäin asetetut kolmiot muodostavat yhdessä onnistuneen tapahtuman mallin ®. Strategisien- ja operatiivisten tekijöiden kolmioiden tulee olla tasapainossa, sillä jos kolmioista tulee epätasapainoisia, jokin tapahtuman osa-alueista on unohtunut tai jäänyt vajavaiseksi. Kumpikin kolmio sisältää kolme kysymystä, joihin tulee löytyä vastaukset, ennen kuin tapahtumaa aletaan suunnittelemaan.

Strategisen kolmion perustuspilareiksi on asetettu kysymykset "miksi?", "kenelle?" ja "mitä?" ja operatiivisen kolmion pohjalta pyritään taas vastaamaan kysymyksiin käytännön kysymyksiin "miten?", "millainen?" ja "kuka?".

Koko suunnitteluprosessin aluksi on kuitenkin asetettava tapahtumalle tavoite, miksi se järjestetään ja mitä sillä halutaan viestiä. Tavoitteen tulee olla selkeä heti suunnittelun alusta alkaen. (Vallo & Häyrisen)



Tapahtuman suunnitteluprosessi: tehtävälista

Tämä tehtävälista auttaa hahmottamaan ja muistamaan asioita, joita sinun tulisi hoitaa ennen tapahtumaa ja sen aikana.

ENNEN KESÄN TOREJA

Ideointivaihe. Mitä? Kenelle? Millainen? Miten?

- o Aiotko järjestää teemapäiviä? Miltä haluat torin näyttävän ja kuulostavan? Minkälaista ohjelmaa haluaisit järjestää?

Esiintyjien hankinta

- o Esiintyjien valinta mahdollisimman ajoissa, jotta saat varmasti haluamasi.
- o Haluatko panostaa useampaan keskikokoiseen esiintyjään vai yhteen tähtiesiintyjään?
- o Järjestä yleisöäänestys kesän tähtiesiintyjästä.
- o Hanki äänentoisto.

Torimyyjien hankinta

- o Kaikki ruokamyyjät ensin, tavaramyyjät seuraavaksi.
- o Myyjät voivat perua tulonsa tai ilmoittautuvat mukaan vasta samalla viikolla, joten älä pelästy jos joudut tekemään myyjien hankintaa pitkin kesää.

Luvat, ilmoitukset ja turvallisuus

- o Tapahtumailmoitus Poliisille vähintään 5 vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista.
- o Anniskelulupien voimassaolon tarkistaminen.
- o Luvat musiikin esittämiseen Teostolta ja Gramexilta.
- o Viralliset järjestyksenvalvojat.

Markkinointi

- o Aloita ajoissa tekemällä markkinointimateriaaleja ja jaa tapahtumajulisteita lähialueen ilmoitustauluille.
- o Aktivoi Facebookissa Lopen kesätori -sivun yleisöä. Jaa tietoa torista Lopen ja lähialueen paikallisiin Facebook -ryhmiin. Tee torista Instagram päivityksiä.
- o Maksullista mainontaa paikallismedioihin ja sosiaaliseen mediaan.

Tavarahankinnat

- o Tarkista että torin olemassaoleva kalusto on hyvässä kunnossa. Korvaa tai korjaa rikkiäiset tavarat.
- o Tarvitseeko torille hankkia uusia kalusteita tai somisteita?
- o Visailujen tai muiden kilpailujen palkintojen hankinta.

02

Tapahtuman suunnitteluprosessi: tehtävälista

Tämä tehtävälista auttaa hahmottamaan ja muistamaan asioita, joita sinun tulisi hoitaa ennen tapahtumaa ja sen aikana.

TAPAHTUMAN AIKANA

Markkinointi

- Ennen jokaista toritapahtumaa tee vähintään yksi nosto siitä mitä kyseisellä viikolla on luvassa. Suurempien esiintyjien kohdalla kannattaa keskittää extra huomiota markkinointiin.
- Ennen toritapahtumaa ja sen aikana kannattaa tuottaa sisältöä, joka voisi innostaa kävijöitä poikkeamaan. Esimerkiksi: tänään teemana vanhat autot ja nälkäisille tarjolla burgereita!

Tarkista, tarkista, tarkista

- Muun muassa joillakin torimyyjillä on tapana jättää ilmoittamatta jos he eivät aio saapua paikalle. Tarkista ja varmista varsinkin toiminnalle tärkeiden tahojen paikalle saapuminen.
- Tarkistaminen vähentää myös yllättävien tilanteiden mahdollisuuksia ja kustannusten muodostumista.

Hyvä johtajuus

- Työkavereinasi on todennäköisesti nuoria, joille kesätorit voivat olla ensimmäinen kosketus työelämään. Kohtele heitä empaattisesti, mutta määrätietoisesti ja tue heitä kaikissa tilanteissa.
- Huolehdi työntekijöiden hyvinvoinnista. Muistuta helteillä pitämään juomataukoja ja tartu napakasti tilanteisiin, joissa havaitset vääryyksiä.

03

Kohderyhmä, paikka ja aika

Toritapahtumien kohderyhmä on yleensä hyvin laaja. Paikalle voi siis saapua kuka vain. Kohderyhmään voi kuitenkin vaikuttaa torin teemojen, ohjelman ja esiintyjien kautta. Esimerkiksi nuoriin ja eläkeläisiin vetoaa usein täysin erilaiset teemat ja esiintyjät.

PAIKKA

Lopen kesätorit ovat Lopen kunnan kulttuuritoimen alainen useamman kesätorin sisältävä yleisötapahtumasarja. Kesätorien avulla elävöitetään kunnan keskusta - Lopen kirkonkylää, tuodaan esille lähiuutantoa ja alueen yrityksiä, sekä tarjotaan torilla kävijöille ainutlaatuisia elämyksiä muun muassa elävän musiikin muodossa.

Lopen kesätoireja on järjestetty nykyisessä muodossaan Lopen torilla aiemmin kuutena kesänä, vuosina 2017–2022. Kesätoireille on muodostunut jo selkeästi vakiintunut paikka osana kuntalaisten kesänviettoa ja useat kävijät odottavat torikauden alkua innolla. Tapahtuma on aiemmin järjestetty kymmenen kesätorin sarjana, joka alkaa kesäkuun alussa ja päättyy elokuun alkuun.

Torin vakiokalustoon kuuluu siirrettävä esiintymislava, puutarhatuoleja ja -pöytiä, kasattavia teltoja, roskakoreja ja anniskelualueen aidat.

AIKA

Tori-illoissa on ollut jo useampana vuotena käytössä sama vakiintunut kaava, jolla edettiin myös vuonna 2022. Kesätorit ovat torstai iltaisin ja alkavat kello 17 illan ensimmäisellä esiintyjällä, jonka jälkeen kello 18 on tietovisan vuoro ja kello 19 esiintyy illan pääesiintyjä. Tapahtuma päättyy kello 20. Toivottua rakennetta ja vaihtelua torien sisältöön toivat erilaiset teemapäivät ja esiintyjät.

Vuonna 2022 palautepalaverissa pohdittiin, että tori-iltujen rakennetta ja aikataulua voitaisiin uudistaa palvelemaan paremmin koko yleisöä. Tässä astutkin kuvaan sinä, tulevan kesän torien koordinaattori.



04

Budjetti

Jokaiselle tapahtumalle on laadittava budjettisuunnitelma. Suunnitelmassa käydään mahdollisimman yksityiskohtaisesti läpi tapahtuman kaikki arvioidut tulot ja menot. Tuloja voivat olla esimerkiksi erilaiset yritysten tai yhdistysten tapahtuman sponsoroinnit tai avustukset. Menoihin taas lukeutuu kaikki varat mitä tapahtuman toteutukseen käytetään, kuten esimerkiksi markkinointi, luvat ja esiintyjien palkkiot. (Vallo & Häyrinen)



KUVITTEELLINEN BUDJETTIESIMERKKI	
TYÖNTEKIJÖIDEN PALKAT	6 HLÖX10€X6HX10 TORIA =3600€
ESIINTYJÄT	1500€X10 TORIA =15 000€
HANKINNAT	ESIM.500€
JÄRJESTYKSEN- VALVONTA	1000€
LUVAT	300€
MARKKINOINTI	1000€
SPONSOROINNIT (JOS MAHDOLLISTA)	+2000€
YHTEENSÄ: 19 400€	

05

Henkilökunta

Henkilökunta on tapahtuman perusta. Ilman motivoitunutta ja osaavaa henkilökuntaa, tapahtumaa on hyvin haastavaa järjestää. On siis tärkeää panostaa kommunikointiin ja hyvään yhteishenkeen.

SINÄ, PROJEKTIPÄÄLLIKÖ

Projektipäällikön tehtävänä on johtaa koko projektia, projektiryhmää sekä olla vastuussa tapahtuman päätöksenteosta. On siis tärkeää, että projektipäällikkö on määrätietoinen ja tunnistaa hänelle asetetut vastuut.

Henkilöstön johtaminen vaatii taitoa ja ihmisyymmärrystä. Avainasemassa ovatkin siis järjestelmällinen ote ja kyky delegoida tehtäviä, sekä jämäkkyys, palautteenantotaidot, innostavuus ja mukaansatempaavuus. Tiiminjohtajan ensiarvoisen tärkeänä tehtävänä on pitää kaikki langat käsissään ja kommunikoida kaikkien tahojen kanssa varmistaen toistuvasti, että kaikki sovitut asiat toteutuvat suunnitellusti. (Vallo & Häyrinen.)

TYÖNTEKIJÄT, ELI TORINUORET

Koulutus eli tapahtuma-briiffi järjestetään ennen tapahtumaa ja siinä tulee käydä läpi kaikki tapahtuman vaiheet ja ne seikat ja tavoitteet, jotka ovat oleellista tietää tapahtuman aikana. Briiffissä käsiteltäviä aiheita voivat olla esimerkiksi käytöstavat, tapahtuman aikataulu, vastualueet ja turvallisuusasiat.

Hyvin rakennetun ja informatiivisen koulutuksen pohjalta on helppoa lähteä toteuttamaan itse tapahtumaa. Perusteellisesti koulutetun henkilökunnan kanssa on helppo toimia ja se näkyy myös kävijöille tapahtuman sujuvuutena. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala ; Catani.)

Lopen kesätoreilla sinun apunasi on joukko torinuoria. On tärkeää muistaa, että kesätorit saattavat olla joillekin ensimmäisiä työkokemuksia. Nuoret voivat tarvita yksityiskohtaisempaa ohjeistusta tai muuta tukea verrattuna kokeneempaan konkariin.



06

Lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtuman järjestämistä koskee useat lainsäädännölliset seikat, sekä kunnalliset määräykset. On tärkeää varata riittävästi aikaa tarvittavien lupien hakemiseen ja käsittelyyn.

Yleisötillaisuudesta poliisille ilmoittaminen on yleisötapahtumien järjestämisen lupamenettelyjen perusta. Kokoon-tumislaisissa 530/1999 määritellään, että kirjallinen ilmoitus tapahtumasta on tehtävä vähintään 5 vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. Hakemus sisältää järjestäjän yhteyshenkilön tiedot, perustiedot tapahtumasta, tiedot erikoisjärjestelyjen tarpeesta, esimerkiksi liikennejärjestelyistä koskien, ja poliisin hyväksymistä järjestyksenvalvojista. (Poliisi)

Aluehallintovirasto ja Valvira valvoo alkoholin myyntiä ja markkinointia koko maassa. Jos tapahtumassa on alkoholi-juomien anniskelua, sille tulee hakea lupa siltä aluehallintovirastolta, jonka alueella tapahtuma järjestetään. Jos tapahtuma-alue on haettu hyväksytyksi anniskelualueeksi, tapahtumassa voi anniskella omalla ilmoituksella, mutta anniskelua järjestävällä taholla tulee olla voimassa oleva anniskelulupa. Anniskeluluvan voi saada selkeästi valvottavalle alueelle, esimerkiksi tapahtumissa anniskelualue tulee olla selkeästi merkitty ja rajattu. Anniskelualueelle ei tule päästää alaikäisiä henkilöitä. Ilmoitus anniskelusta tulee tehdä aluehallintovirastolle viimeistään kolme vuorokautta ennen tapahtumaa. (Aluehallintovirasto)

Musiikin toistossa ja elävässä musiikissa pätee tekijänoikeuslait, joita valvoo Teosto ja Gramex. Teosto edustaa musiikin tekijöitä, eli säveltäjiä, sanoittajia, sovittajia ja musiikin kustantajia. (Teosto) Teostolta tulee hakea esityslupa aina ennen tapahtumaa. Järjestettäessä ulkoilmakonsertteja tai toritapahtumia, esiintyjän kanssa on sovittava kumpi osapuolista ilmoittaa esityksen ohjelmamateriaalin Teostoon, joiden perusteella maksetaan korvaukset musiikin tekijöille. (Lampinen) Gramex puolestaan vastaa äänitemusiikin tekijänoikeuskorvauksista. Musiikin julkinen esittämisestä maksetaan aina korvaus, joka edellyttää sopimusta Gramexin kanssa. Gramexin ja Teoston lupien hinnat ovat tapahtumakohtaisia, ja kummatkin musiikin tekijänoikeusluvat voi hankkia Teoston verkkopalvelusta. (Teosto)



07

Turvallisuus, vakuutukset ja riskit

Tapahtuman turvallisuus on kaikkien edun mukaista. Vastuullinen tapahtumanjärjestäjä huolehtii asianmukaisista turvallisuustoimista ja -järjestelyistä.

Suurille, vähintään 200 henkilön yleisötilaisuuksille ja tapahtumille on pelastuslain ja -asetuksen mukaan laadittava ensiapu, turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat. Suunnitelmien tulee sisältää tapahtuman kuvaus, sekä selvitettävä ja arvioitava yleisötilaisuuden vaaratilanteet ja riskit, sekä toimintamenettelyt niiden varalle.

Pelastussuunnitelma on toimitettava viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuma-ajankohtaa alueen pelastusviranomaisille. (Pelastustoimi ; Pohjanmaan pelastuslaitos)

Poliisi edellyttää järjestyksenvalvontaa yleisötapahtumissa. Järjestysvalvojen lukumäärä määräytyy yksilöllisesti tapahtuman luonteen ja koon perusteella. Järjestyksenvalvontasuunnitelma kuuluu osaksi turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaa. Järjestyksenvalvontasuunnitelmassa listataan kaikkien järjestyksenvalvojen nimet, henkilötunnukset ja järjestyksenvalvojakorttien numerot. Järjestyksenvalvojen tiedot liitetään myös osaksi poliisille toimitettavaa yleisötilaisuus ilmoitusta. (Liveto)

Tapahtumajärjestäjän on tärkeää suojata sekä itsensä ja tapahtumaan osallistujat tapahtumavakuutuksella. Vakuutus korvaa vahingot ja tapaturmat yleisötapahtuman aikana. Vastuuvakuutus turvaa tapahtumajärjestäjän tilanteessa, jossa joku yleisön jäsenistä loukkaantuu tapahtuman seurauksena. Jos tapahtumassa työskentelee henkilöitä, joille maksetaan palkkaa, laki velvoittaa työnantajan ottamaan vastuuvakuutuksen turvataksaan työntekijöiden oikeudet. Jos tapahtumien järjestäjätaho järjestää tapahtumia säännöllisesti, on mahdollista ottaa hieman edullisempi monitapahtumavakuutus. (Nielsen)



08

Markkinointiviestintä

Hyvin toteutettu markkinointiviestintä houkuttelee kävijän liikkeelle, kertoo tärkeimmistä faktoista ja saa heidät pitämään tapahtumasta ja sitoutumaan siihen henkilökohtaisella tasolla. Tärkeintä on se, että viestinnässä osataan hahmottaa ja tavoittaa oikea kohderyhmä ja se, että viestintää toteutetaan johdonmukaisesti.

Markkinointisuunnitelmaa tehdessä sinun tulee asettaa markkinoinnille tavoitteet, tunnistaa kohderyhmä jolle viestitään ja valita kanavat joissa sitä lähdetään toteuttamaan. Yleisimmät viestintäkanavat tapahtumajärjestämisen parissa ovat sosiaaliset mediat, verkkosivut, sanomalehdet, julisteet ja tienvarsimainokset.

Muistathan, että järjestettävät tapahtumat ovat usein osa organisaation markkinointiviestintää ja imagon ylläpitoa. Ydinviestinä ja -ideana Lopen kesätorien markkinoinnissa on jakaa tietoa tapahtumasta, teemapäivistä, myyjistä ja esiintyjistä, samalla tuoden esille Lopen kuntaa.

MARKKINOINTI-SUUNNITELMA ESIMERKKI	MITÄ JA MISSÄ?	MILLOIN?	MAKSETTUA MAINONTAA
INSTAGRAM	Tietoa tapahtumasta, teemoista ja esiintyjistä Lopen kunnan tilillä.	Mainonnan aloitus ennen torikautta teasereilla, kaudella vähintään 1-2 krt/vko.	✗
FACEBOOK	Tietoa tapahtumasta, teemoista ja esiintyjistä Lopen kunta ja Lopen kesätorit -sivuilla, lähialueen ryhmissä.	Mainonnan aloitus ennen torikautta teasereilla, kaudella vähintään 1-2 krt/vko.	✗
VERKKOSIVUT	Tietoa tapahtumasta, teemoista ja esiintyjistä Lopen kunnan verkkosivuilla.	Tapahtuman esittely ajankohtaista -sivulla, yleisöäänestys, mahd. nostoja. Esille tapahtumakalenteriin.	
LEHTIMAINONTA	Tietoa tapahtumasta, teemoista ja esiintyjistä alueen tärkeimpiin lehtiin.	Lopen lehti x1/viikko, muihin lehtiin 1-2 krt/kk	✗
BANNERIMAINONTA	Lyhyt esittely tapahtumasta ja linkki joka johtaa lisätietoihin.	Näyttökertojen perusteella toteutettava kampanja.	✗
TIENVARSIMAINONTA	Olemassaoleva mainos lakana kirkonkylällä. Tienvarsikyltit esille tapahtumapäivinä.	Lakana esille hyvissä ajoin ennen tapahtumaa.	
JULISTEMAINONTA	Tietoa tapahtumasta, teemoista ja esiintyjistä. Jako laajasti lähialueiden ilmoitustauluille.	Jako hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Tarkasta kesällä, että mainokset on vielä esillä.	
JÄLKIMARKKINOINTI	Kiitokset kävijöille ja kävijäkysely. Somessa ja verkkosivuilla.	Kyselyn ja kiitosten julkaisu heti viimeisen torin jälkeen.	

09

Toteutus

Matka suunnitteluvaiheesta toteutukseen on pitkä, mutta palkitseva. Toteutusvaihe onkin tapahtumajärjestämisen suola.

Tässä kappaleessa kuvataan vuoden 2022 käytännön toteutusta ja toimintatapoja. Aiempien vuosien toimintatavat antavat pohjaa myös tuleville vuosille.

Torin rakennus on aiempina vuosina alkanut tapahtumapäivänä klo 14. Kasaus vaiheelle on hyvä varata aikaa, jotta yllättäviltä kriiseltä vältytään. Paikalla on torikoordinaattori ja torinuoret. Tapahtumakyltit kannattaa viedä esille teiden varsille heti aamulla, jotta ohikulkijat ehtivät näkemään ne. Torilla aloitetaan ensimmäisenä kalusteiden ja telttojen purkamisella esiintymislavan sisältä. Tavarat kasataan, lava asetetaan valmiiksi, sähköt kytketään ja yleisön wc-tilat avataan. Tavaroiden kasaamisen jälkeen nuoret ovat yleensä pitäneet tauon.

Tapahtuma on aiempina vuosina alkanut klo 17, joten myyjiä on pyydetty saapumaan paikalle tuntia tai kahta aikaisemmin. Myyjät otetaan henkilökohtaisesti vastaan ja heille osoitetaan paikat ja tarvittaessa autetaan kojujen kasaamisessa. Järjestyksenvälvojat, anniskelu ja esiintyjät saapuvat paikalle hieman ennen tapahtuman alkua.

Tapahtuman aikana tarkkaillaan tapahtuman sujuvuutta, huolehditaan esiintyjistä ja myyjistä, sekä pidetään yllä kunnan järjestämiä pisteitä.

Purkuvaihe on aloitettu heti viimeisen esiintyjän jälkeen. Teltat ja kalusteet kasataan lavan sisälle, alue siistitään ja mainoskyltit kerätään pois.



10

Torimyyjien yhteystietoja



Lähteet

Aluehallintovirasto s.a. Anniskelulupa. Luettavissa: <https://avi.fi/asioi/yritys-tai-yhteiso/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset/alkoholin-myynti-ja-anniskelu/anniskelulupa>.

Catani, A. 2017. Onnistunut yritystapahtuma: järjestäjän käsikirja. Alma Talent. E-kirja. Luettu: 25.10.2022.

Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. Tapahtumajärjestäjän opas. 2015. Laurea Julkaisut. E-Kirja. Luettu: 25.10.2022.

Lampinen, J. 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Suomen Ympäristö- ja Terveystieteiden Kustannus Oy. Pori.

Liveto s.a. Järjestyksenvalvonta. Luettavissa: <http://materials.liveto.io/tapahtumanpelikirja/turvallisuus/jarjestyksenvalvonta>.

Nielsen, F 28.4.2019. Tapahtumavakuutus: kaikki mitä sinun tarvitsee tietää. Luettavissa: <https://billetto.fi/blog/tapahtumavakuutus-kaikki-mita-sinun-tarvitsee-tietaa/>.

Pelastustoimi s.a. Yleisötapahtumat. Luettavissa: <https://pelastustoimi.fi/lansi-uusimaa/ohjeet-ja-lomakkeet/yleisotapahtumat>.

Pohjanmaan pelastuslaitos s.a. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma. Luettavissa: <https://www.pohjanmaanpelastuslaitos.fi/palvelut/yleisotilaisuudet>.

Poliisi s.a. Yleisötilaisuudet. Luettavissa: <https://poliisi.fi/yleisotilaisuudet>.

Teosto s.a a. Mikä on Teoston ja Gramexin ero? Luettavissa: <https://www.teosto.fi/usein-kysyttya/musiikin-tekijanoikeudet/mika-on-teoston-ja-gramexin-ero/>. Luettu: 7.10.2022.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtumien järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.
